Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой»

И. Н. Андреева

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

*Допущено Министерством образования Республики Беларусь
в качестве электронного учебного пособия для студентов
учреждений высшего образования по специальности
«Социальные коммуникации»*

Текстовое электронное издание

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
имени Евфросинии Полоцкой
2023

Об издании – 1, 2

1 – дополнительный титульный экран – сведения об издании

УДК 316.6 (075.8)

Рекомендовано к изданию советом финансово-экономического факультета
в качестве электронного учебного пособия
с грифом Министерства образования Республики Беларусь
(протокол № 1 от 27.01.2023)

Кафедра социальных коммуникаций

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

кафедра социальной и организационной психологии
факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета,
зав. кафедрой д-р психол. наук, проф. *И. А. ФУРМАНОВ*;

канд. психол. наук, доц., директор Института психологии
Белорусского государственного педагогического университета *Н. В. ДРОЗДОВА*

Андреева, И. Н.

Социальная психология [Электронный ресурс] : электронное учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Социальные коммуникации» / И. Н. Андреева. – Новополоцк : Полоц. гос. ун-т имени Евфросинии Полоцкой, 2023. – 1 эл. опт. диск (CD-ROM).

ISBN 978-985-531-850-8.

Электронное учебное пособие «Социальная психология» посвящено рассмотрению актуальных для будущих специалистов по социальным коммуникациям вопросов социальной психологи: социальной психологии личности, общения и взаимодействия участников социальных групп, становления и развития самих групп.

Электронное учебное пособие по социальной психологии рекомендуется для студентов специальности «Социальные коммуникации».

№ госрегистрации 3152335688

ISBN 978-985-531-850-8

2 – дополнительный титульный экран – производственно-технические сведения

Для создания текстового электронного издания «Социальная психология» И. Н. Андреевой использованы текстовый процессор Microsoft Office Word, программа подготовки и просмотра презентаций Microsoft PowerPoint и программа Adobe Acrobat XI Pro для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

Материалы включены в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3152335688 от 24.08.2023 г.

Редактор С. Е. Рясова

Подписано к использованию 07.09.2023.
Объем издания: 682 Мб. Заказ 375.

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/305 от 22.04.2014, перерегистрация от 24.08.2022.

211440, Ул. Блохина, 29,
г. Новополоцк,
Тел. 8 (0214) 59-95-41, 59-95-44
http://www.psu.by

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методический комплекс по социальной психологии предназначен для студентов специальности «Социальные коммуникации». Построение курса соответствует учебному плану для указанной специальности и учебной программе по социальной психологии, которая, в свою очередь, основывается на типовой программе по социальной психологии для учреждений высшего образования (регистрационный № ТД-СГ.031/тип, дата утверждения 29.04.2022).

Весь учебный материал разбит на десять тематических блоков. В состав каждого из них входит соответствующий теоретический материал и план практического занятия.

Материал лекционного курса представлен в достаточно полном изложении. При этом не ставилась цель включить в содержание учебно-методического комплекса абсолютно все необходимые студентам знания: обучающимся предоставляется возможность для самостоятельного информационного поиска. С данной целью в тексте пособия приводятся ссылки на страницы конкретных литературных источников с указанием на то, какую конкретно информацию в них можно получить. Вниманию студентов предлагается список рекомендуемой литературы.

В планах практических занятий приводятся проблемные вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы студентов, стимулирующие студентов к самостоятельному поиску. Каждый план практического занятия сопровождается списком рекомендуемой литературы.

Знания по определённым разделам ЭУМК можно проверить и закрепить при помощи проверочных тестов. Ответы на тестовые задания содержатся в материалах лекционного курса. Такой подход, на наш взгляд, способствует полному, а не выборочному повторению материала накануне контрольной работы или зачёта. Углублению и закреплению знаний в процессе контролируемой самостоятельной работы способствуют приведённые в пособии задачи и упражнения. В словаре определены основные понятия курса социальной психологии.

Пособие предназначено в первую очередь для студентов, поэтому автор посчитал необходимым привести в приложении методические рекомендации, направленные на совершенствование самостоятельной работы: как слушать и конспектировать лекцию, как готовиться к практическим занятиям, дискуссии и зачёту, как работать над подготовкой реферата

(устного сообщения). Приводятся требования к рейтинговой оценке знаний студентов. Практическая направленность пособия проявляется и в том, что в нём приводятся практические рекомендации, которые могут использоваться его читателями в повседневном общении и взаимодействии с другими людьми.

Несмотря на то, что учебно-методический комплекс предназначен для студентов, мы сочли необходимым предложить отдельные рекомендации по организации практических занятий для преподавателей.

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ПО СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ
(фрагмент)

Цель изучения дисциплины: дать студентам представление о психологических явлениях, возникающих во взаимодействии и общении людей при включении их в социальные общности, а также о психологических особенностях этих общностей.

Задачи изучения дисциплины:

1. Сформировать представление о специфике социально-психологического знания, основных категориях и понятиях социальной психологии.
2. Сформировать представления об эволюции социально-психологических представлений в культурно-историческом контексте.
3. Познакомить студентов с результатами экспериментальных исследований процессов социального познания, социального влияния и контроля.
4. Познакомить с методологией академических и прикладных исследований в области психологии социального поведения.
5. Сформировать навыки критического анализа социальной реальности, идентификации актуальных социальных проблем и способов изучения и разрешения этих проблем.

Содержание учебного материала

Тема 1. Социальная психология как наука

Предмет, задачи, методы социальной психологии, её место в системе наук. Объекты исследования социальной психологии: малая группа, личность. Основные разделы социальной психологии. Взаимоотношения социальной психологии с психологией и социологией. Различие языков описания. Статус современной социальной психологии в системе наук. Предпосылки выделения социальной психологии в самостоятельную науку. Исторически первые формы социально-психологического знания. «Психология народов» М. Лацаруса, Г. Штейнталя, В. Вундта. «Психология масс» С. Сигеле, Г. Лебона, Г. Тарда. Теория инстинктов социального поведения В. Макдугалла. Зарождение эмпирической социальной психологии. Первые социально-психологические эксперименты. Влияние общепсихологических теоретических ориентаций (бихевиоризма, психоанализа, когнитивной и гештальтпсихологии) на развитие социальной психологии. Социальная психология в Советском Союзе, в России и в Беларуси. Современная социальная психология.

Тема 2. Личность в социальной психологии

Личность в психологии, социологии и социальной психологии. Специфика социально-психологического подхода. Социально-психологическая структура личности. Самосознание и «Я-концепция личности». Функции «Я-концепции». Структура «Я-концепции»: описательная, оценочная и поведенческая составляющие и их содержание. Социальные роли личности. Ролевая теория личности и ее объяснительные возможности. Социализация: понятие, содержание, стадии, институты, механизмы, основные направления социализации. Социальная установка (аттитюд) и её структура. Установка и реальное поведение. Парадокс Лапьера и его объяснения. Иерархическая структура диспозиций личности.

Тема 3. Межличностные отношения

Общественные и межличностные отношения. Виды межличностных отношений. Понятие аттракции и ее факторы. Гендерные различия в оценке привлекательности. Дружба и любовь. Факторы установления тесных дружеских отношений. Теория социального обмена в исследованиях дружбы. Установление и разрыв дружеских отношений. Романтические отношения. Любовь-дружба и любовь-страсть. Трехфакторная модель любви. Ревность. Эволюционная теория ревности. Одиночество и его причины. Чувства и эмоции в общении. Управление эмоциями и чувствами в процессе социального взаимодействия. Развитие межличностных отношений.

Тема 4. Понятие и структура общения. Коммуникативная сторона общения

Общение в системе общественных и межличностных отношений, его функции. Структура общения. Виды общения. Уровни общения. Общение как коммуникативный процесс. Особенности коммуникации. Тезаурус. Коммуникативные барьеры. Средства коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация. Модель коммуникативного процесса. Приёмы «убеждающей коммуникации». Знаковые системы невербальной коммуникации.

Тема 5. Интерактивная и перцептивная сторона общения

Общение как организация взаимодействия. Основные теории, объясняющие взаимодействие. Типы, стили и стратегии взаимодействия. Модели совместной деятельности. Мотивация конструктивного и деструктивного социального поведения. Ассертивное поведение и его особенности. Общение

как процесс восприятия и понимания людьми друг друга. Понятия социальной и межличностной перцепции. Механизмы взаимопонимания в процессе общения: идентификация, рефлексия. Значение обратной связи. Каузальная атрибуция. Роль установки в межличностном восприятии. Эффекты межличностного восприятия. Самоподача и её виды. Приёмы оптимизации общения.

Тема 6. Социально-психологические особенности группы

Группа и её основные характеристики. Положение индивида в группе. Статус и роль. Классификация групп. Малая группа. Виды малых групп: первичные и вторичные, формальные и неформальные. Референтная группа и группа членства. Коллектив и его основные признаки.

Тема 7. Групповая динамика

Возникновение и развитие малой группы (модели А. В. Петровского, Л. И. Уманского, Б. Такмена). Механизмы групповой динамики: разрешение внутригрупповых противоречий, «идиосинкразический кредит», психологический обмен. Влияние группы на её членов. Социальные нормы. Феномен конформизма (конформности). Социальная фасилитация и социальная ингибиция. Социальная леность. Деиндивидуализация. Социальная власть в малой группе. Лидерство и руководство. Типы лидеров. Теории лидерства. Стили лидерства. Сплочённость и совместимость. Конформизм, виды конформного поведения. Принятие решений в группе и вынесение суждений в группах. Качество индивидуальных и групповых решений. Эффективность мозгового штурма. Феномены огруппления мышления, групповой поляризации.

Тема 8. Межгрупповые отношения

Межгрупповые отношения. Межгрупповое поведение как функция реальных или воображаемых групповых интересов (М. Шериф). Предрассудки как основа и как результат межгрупповых конфликтов. Групповое членство как источник предрассудков (парадигма минимальной группы). Теория социальной идентичности (Г. Тэджфел). Понятия «ингруппа» и «аутгруппа». Категоризация. Когнитивные и социальные последствия категоризации. Внутригрупповой фаворитизм. Теория самокатегоризации. Сравнение межличностного и межгруппового поведения в теории самокатегоризации. Этническая идентичность.

Тема 9. Психология больших социальных групп

Классификация больших социальных групп. Уровни развития больших социальных групп (Г. Дилигенский). Факторы психологической общности больших групп. Понятие масс и массового поведения. Психология толпы (Г. Лебон, Э. Канетти). Виды толп. Вожаки толпы. Идентификация с лидером, присвоение лидером функций суперэго. (З. Фрейд). Поведение индивида в толпе. Анонимность, деиндивидуализация, потеря личной ответственности. Способы воздействия, реализуемые в стихийных группах: заражение, внушение, подражание. Массовая паника как социально-психологическое явление. Стихийные процессы передачи информации. Слухи как форма передачи информации. Типология слухов и их особенности. Возникновение и прекращение слухов.

Тема 10. Применение социальной психологии на практике

Социальная роль социальной психологии. Социальная психология как форма социальной инженерии (Дж. Тернер). Социальная психология и здоровье. Социальная психология и правосудие. Средства массовой коммуникации и восприятие преступлений. Социальная психология и управление. Стратегии поведения руководителя в ситуации конфликта на рабочем месте. Социальная психология конфликтов и переговоров. Социальная психология, социальная экология и влияние среды. Социальная психология и образование. Роль социальных психологов в планировании и оценке результатов социальных программ. Социальная психология в деятельности специалиста в области социальных коммуникаций.

ТЕМА 1. СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ КАК НАУКА

Лекция 1[1]

Основные понятия: *социальная психология, методология, метод*.

1.1. Социальная психология как наука, её предмет, основные разделы, взаимосвязи с другими науками.
1.2. История формирования социально-психологических идей.
1.3. Методология и методы социальной психологии.

1.1. Социальная психология как наука, её предмет, основные разделы, взаимосвязи с другими науками. Современная наука развивается, подчиняясь двум тенденциям. Во-первых, тенденции к дифференциации науки: она делится на ряд более конкретных научных исследований, что связано с углублением исследования её предмета. Во-вторых, тенденции к интеграции, т. е. слиянию двух прежде далёких научных дисциплин в новую область знания. Социальная психология возникла в результате синтеза научных дисциплин: с одной стороны, социологии и психологии; с другой стороны, психологии личности и психологии общения.

Существуют два подхода к социальной психологии:

1) *интрадисциплинарный*, в рамках которого социальная психология рассматривается либо как часть психологии (при этом акцент делается на изучении личности), либо как часть социологии (при этом основное внимание уделяется изучению групп);

2) *интердисциплинарный*, в рамках которого социальная психология является самостоятельной наукой.

Мы будем придерживаться второго подхода, поэтому важно определить предмет социальной психологии как самостоятельной науки.

О предмете социальной психологии нет общепринятого представления. Это объясняется высокой сложностью, системной и интегральной природой социальной психологии, её фактов, феноменов и закономерностей, а также пограничным положением социальной психологии в системе наук.

Г. М. Андреева предлагает следующее определение социальной психологии.

---

[1] В предлагаемом учебно-методическом комплексе представлено краткое содержание лекции, читаемой преподавателем по указанной теме.

Социальная психология – отрасль психологии, изучающая психологические явления, возникающие во взаимодействии и общении людей при включении их в социальные общности, а также психологические особенности этих общностей.

Предметом социальной психологии, по мнению Г. М. Андреевой, является изучение закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленных включением их в социальные группы, а также психологические характеристики самих этих групп[2].

Конкретизируем содержание предмета социальной психологии. Данная наука изучает множество социально-психологических явлений. К важнейшим из них относят:

– *социально-психологические факты* – наблюдаемые или фиксируемые явления социально-психологической реальности, например, факт существования целостных объектов социально-психологической реальности – личности и общностей (групп) людей;

– *социально-психологические закономерности* – объективно-существующие устойчивые, повторяющиеся причинно-следственные зависимости возникновения и динамики социально-психологических явлений;

– *социально-психологические механизмы* – превращения, посредством которых совершается действие закономерностей и происходят переходы от причины к следствию;

– *межгрупповые социально-психологические явления* – явления, присущие двум или нескольким группам и отношениям между ними;

– *групповые социально-психологические явления* – явления, принадлежащие разным по масштабу общностям людей: нескольким людям (микрогруппам), малым и большим группам;

– *личностные социально-психологические явления* – социально-психологические явления, возникающие у отдельных личностей в группах;

– *межличностные социально-психологические явления* – психологические связи между отдельными личностями;

– *социально-психологические процессы* – любые изменения в социально-психологической реальности;

– *социально-психологические состояния* – особенности динамики социально-психологической реальности и её важнейших компонентов в данный момент или за определённый отрезок времени;

---

[2] Подробнее о предмете и задачах социальной психологии см.: Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.

– *социально-психологические образования (стереотипы, свойства)* – сформировавшиеся и ставшие устойчиво присущими психологии групп и личностей социально-психологические явления (например, социальные ценности, нормы, привычки, обычаи, социально-психологические свойства личности);

– *общественное сознание* – сознание общества;

– *индивидуальное сознание* – сознание человека, индивида, личности;

– *массовидные социально-психологические явления* – явления, возникающие в неорганизованных общностях людей[3].

К *основным разделам социальной психологии* относятся:

– психология совместной деятельности и общения;

– психология социальных групп;

– психология межличностных отношений;

– социальная психология личности.

Задачи социальной психологии:

1) *в области теории:* разработка социально-психологических концепций, адекватных социальной действительности; участие в комплексном изучении человека и социальных процессов; обобщение эмпирических данных и различных теорий, определение перспективных направлений социальной психологии;

2) *в социальной практике:* разработка социально-психологических методов влияния на личность и группу; повышение эффективности деятельности человека и группы в разных сферах в результате максимального использования социально-психологических ресурсов; участие в разрешении острых социальных проблем человечества.

Социальная психология взаимосвязана с общественными науками: общей психологией, социологией, философией, педагогикой.

1.2. История формирования социально-психологических идей. Социальная психология, как и психология в целом, имеет длительную предысторию, но короткую историю. Уже на заре развития человечества люди знали и использовали ряд социально-психологических явлений и закономерностей. В различных системах древних религий находили применение способы воздействия на массовые настроения, например, заражение и внушение. Из поколения в поколение передавались табу, обряды. Древним ораторам были известны определённые секреты убеждения и привлечения внимания

[3] Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002.

публики. Все эти знания составляли первоначальную основу сведений о социально-психологических явлениях («социально-психологическое мышление»). На данном этапе развития социально-психологического знания (назовём его **донаучным**) знания, воззрения и их применение были слиты в одно целое.

В древности социально-психологические проблемы рассматривались в рамках философских воззрений. В античности это были взгляды Платона, Аристотеля, в философии Нового времени – системы Т. Гоббса, Дж. Локка, К. Гельвеция, Ж.-Ж. Руссо, Г. Гегеля. Второй этап формирования социально-психологических знаний можно обозначить как **философский**. Для него характерно постепенное расщепление социально-психологического знания на теоретическое и прикладное.

Период, непосредственно предшествующий становлению социальной психологии как науки (середина XIX в.), связан прежде всего:

– с развитием языкознания: в эпоху бурного развития капитализма, умножения экономических связей между странами встала проблема языкового общения и взаимовлияния народов;

– с накоплением значительных фактов в области антропологии, этнографии, археологии (без социальной психологии накопленные сведения было невозможно интерпретировать);

– с успехами и потребностями криминологии (развитие капиталистических общественных отношений способствовало появлению новых форм противоправного поведения, требовалось найти объяснение их причин);

– со становлением массового производства и развитием городов.

Американский психолог Т. Шибутани отмечал, что *социальная психология стала независимой наукой потому, что специалисты различных областей знания были не в состоянии решить некоторые свои проблемы*.

В этот период возникает психологическое направление в социологии и намечается встречное движение социологии и психологии, развивавшейся в это время в основном как психология индивида. На **феноменологическом** этапе социально-психологические феномены (поведение толпы, народный дух, подражание, внушение и др.) выделяются в самостоятельный класс социально-психологических явлений, для их изучения разрабатываются специфические способы и приёмы исследования.

Датой зарождения социальной психологии считается *1859 г.*, когда германский языковед Г. Штейнталь и философ М. Лацарус начали издавать

на немецком языке журнал *«Психология народов и языкознание»*, где была опубликована их статья *«Вводные рассуждения о психологии народов».*

В этот период зарождаются первые социально-психологические концепции. Среди них:

1. *Психология народов* (Германия, М. Лацарус и Г. Штейнталь). По мнению авторов, главной движущей силой истории является народ, или «дух целого», который выражает себя в искусстве, религии, мифологии. Задача социальной психологии – познать психологическую сущность народа, открыть законы, по которым протекает его деятельность. Идеи психологии народов развивал также В. Вундт. Его многотомный труд «Психология народов» (т. 1–10, 1900–1920) является одним из первых опытов этнопсихологии, он содержит психологическое истолкование мифа, религии, искусства.

2. *Психология масс* (Франция – социолог и криминалист Г. Тард, социальный психолог Г. Лебон; Италия – юрист С. Сигеле). Социальное поведение можно объяснить при помощи идеи подражания. Авторы акцентировали внимание на противопоставлении психологии масс и элиты общества, основываясь на криминальной практике и аффективных моментах поведения людей.

В 1895 г. вышла работа Г. Лебона «Психология масс», в которой автор анализировал изменения, которые происходят в поведении людей при включении их в массу (толпу). Автор приходит к выводу, что «масса» по своей природе хаотична, поэтому ей необходим вождь, роль которого выполняет «элита». Выбор психологии масс в качестве предмета исследования у данных авторов не случаен: период конца XIX – начала XX вв. считался «эрой толпы». Г. Лебон считал революционное движение иррациональным движением масс.

3. *Теория инстинктов социального поведения* (английский психолог У. Макдугалл). Причины поведения людей У. Макдугалл видел во врождённых инстинктах, внутренним выражением которых являются эмоции. Из инстинктов выводятся все социальные учреждения и общественные процессы. Движущей силой индивида и человечества, согласно данному автору, являются иррациональные, бессознательные влечения. Индивидуальные различия между людьми обусловлены репертуаром инстинктов.

В *1908 г.* вышла работа *У. Макдугалла «Введение в социальную психологию».* В этом же году вышла *«Социальная психология»* американского социолога *Э. Росса.* Основная идея данных книг: поведение людей, их общение, взаимодействие – всё это происходит в рамках социальной психологии. Хотя ни один из авторов не предложил чёткого определения социальной

психологии как науки, тем не менее, выход в свет этих книг означал, что социальная психология окончательно утвердилась как наука.

В начале XX в. центр исследований в области социальной психологии переместился в США. Для американской психологии было характерно большое количество эмпирического материала («Мы объелись фактами», – отмечал Д. Хоманс). В США социальная психология превращается в экспериментальную науку, приобретает прагматическую направленность, при этом главное внимание начинает уделяться изучению малой группы.

Сфера исследования социальной психологии стала более отчётливой в первые десятилетия двадцатого века. Немалый вклад в её развитие внесли складывающиеся в этот период школы и направления психологии. Так, в рамках *психоанализа* была разработана оригинальная теория социализации, т. е. процесса овладения навыками общественного поведения. В качестве механизмов этого процесса рассматривались идентификация и интериоризация. *Бихевиоризм* привнёс в социальную психологию представление о важности для воспитательного процесса внешних обстоятельств, окружающих условий, в которых находится ребёнок.

Название социологического направления *«интеракционизм»* (от англ. interaction) происходит от слова «интеракция», обозначающего социальное взаимодействие индивидов посредством общения в группе или обществе. Эта парадигма хотя и зародилась в недрах социологии, но сегодня присутствует как в социальной психологии, так и в ряде других социальных направлений под названием интеракционистской ориентации. Сторонники этого направления рассматривают человеческое общество как продукт межличностного взаимодействия и тех значений, которые ему придаются. Согласно интеракционистской модели взаимодействие и общение возможны лишь при наличии партнера, с которым мы взаимодействуем и на кого ориентируемся. В процессе взаимодействия с ним мы создаем различные символы, передающие определенные значения и смыслы, которые мы в них вкладываем.

Одним из направлений интеракционизма является символический интеракционизм, который и занимается исследованием «символических коммуникаций» – интеракций с использованием символов и значений, которые создаются ее участниками. Родоначальником этого направления, определившим ведущие принципы, понятия и теоретическую базу этой концепции, является американский социолог Джордж Мид. Сам термин «символический интеракционизм» ввел в научный обиход в 1937 г. ученик Джорджа Мида Герберт Блумер.

В 1920-е гг. начинается научный этап социальной психологии. В этот период активно проводятся экспериментальные исследования (к примеру, эксперименты с группами В. Мёде (1920), исследования В. М. Бехтерева о влиянии групповой деятельности на психические процессы).

В 1918–1920 гг. опубликовано пятитомное исследование У. Томаса, Ф. Знанецкого «Польские крестьяне в Европе и Америке». Авторы впервые ввели в научный обиход термин «социальная установка».

В 1924 г. выходит в свет книга Ф. Оллпорта «Социальная психология», которая включает теоретическую и экспериментальную часть. Ф. Оллпорт впервые ввёл термин «социальное влияние». Значительный вклад в развитие зарубежной социальной психологии внесли К. Левин (теория «поля», 1932), Ф. Хайдер (разработка основ теории каузальной атрибуции в работе «Психология межличностных отношений», 1958), Л. Фестингер (теория «когнитивного диссонанса», 1959), Дж. Тибо и Г. Келли (книга «Социальная психология групп», 1959).

В СССР до конца 1960-х гг. социальная психология считалась «буржуазной» наукой. Лишь в 1966 г. на психологическом факультете Ленинградского университета началось чтение курса марксистско-ленинской социальной психологии, при этом отношение к данной науке оставалось подозрительным. Советские социальные психологи были вынуждены ограничиться двумя видами деятельности: критикой «буржуазной социальной психологии» и попытками наполнить западные социально-психологические теории «марксистско-ленинским» содержанием. В настоящее время социальная психология активно развивается и в области теории, и в области практики.

В России проблемы социальной психологии исследовались Г. М. Андреевой, А. В. Петровским, Л. И. Уманским, Р. Л. Кричевским и другими. В белорусской социальной психологии выделяются такие направления исследований, как развитие социометрического подхода (Я. Л. Коломинский), социальная психология детского коллектива (Я. Л. Коломинский, Т. В. Сенько), педагогическое общение (С. В. Кондратьева), проблема социально-психологической адаптации человека к кризисным событиям (Л. А. Пергаменщик), социальная психология производственного коллектива и личности (В. И. Секун), агрессивное и асоциальное поведение (И. А. Фурманов), методология и методы социальной психологии, социальная психология личности и межличностного взаимодействия, кросс-культурная социальная психология (В. А. Янчук),

социально-психологические проблемы группы дошкольников (Л. В. Финькевич, А. М. Счастная), психология совместной деятельности и педагогического общения (А. А. Амельков, С. С. Харин)[4].

1.3. Методология и методы социальной психологии[5]. Методология – учение о принципах и методах познания. В современной науке термином «методология» (от греч. metodos – путь исследования или познания, logos – учение, понятие) обозначают три разных уровня научного знания.

1. *Общая методология* – некий общий философский подход, способ познания, принимаемый исследователем. Формулирует наиболее общие принципы, которые применяются в исследованиях (например, принцип детерминизма, принцип развития и т. д.). В качестве общей методологии выступают различные философские системы.
2. *Специальная (частная) методология* – совокупность методологических принципов, применяемых в данной области знания. Это реализация философских принципов применительно к специфическому объекту исследования; способ познания, адаптированный для более узкой сферы знания.
3. *Методология* – совокупность конкретных методических приёмов исследования. Подбор методик, генеральная стратегия их применения определяется общей и специальной методологией.

Приёмы и средства, при помощи которых учёные получают достоверные сведения, используются для построения научных теорий и выработки практических рекомендаций, называются ***методами*** *научных исследований*. Для того чтобы данные, полученные в результате исследования, могли считаться надёжными, методы должны соответствовать следующим *требованиям.*

1. *Валидность* – способность метода измерять именно те характеристики, которые он должен измерять; чувствительность метода.
2. *Надёжность* – способность метода получать те же результаты при повторном или многократном исследовании.
3. *Репрезентативность* – способность выборки испытуемых быть представительной, т. е. отражать характеристики генеральной совокупности.

---

[4] О развитии социальной психологии в Беларуси см.: Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

[5] Подробнее о методологических основах социальной психологии см.: Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.; Руденский Е. В. Социальная психология: курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1997. – 224 с.

Любое социально-психологическое исследование начинается с составления программы изучения объекта, в рамках которой формулируется гипотеза. *Гипотеза исследования* – это высказанное исследователем предположение о наличии (или отсутствии связи) между интересующими его объектами или явлениями.

Всю совокупность методов социальной психологии можно подразделить на две большие группы: *методы исследования* и *методы воздействия*. Методы исследования подразделяются на методы сбора информации и методы её обработки.

К методам сбора информации относят: наблюдение, изучение документов (в частности, контент-анализ), опрос (интервью, анкетирование), тесты (в том числе и *социометрический тест* – методика, предназначенная для выявления системы эмоциональных отношений в группе путём осуществления каждым из членов группы определённых выборов), эксперимент (лабораторный и естественный). С большинством из данных методов вы познакомились при изучении курса общей психологии, поэтому нет необходимости их подробно рассматривать[6].

Методы обработки данных не являются специфичными для социально-психологического исследования, их можно отнести к общенаучным. К данной группе относят методы количественного (статистического) и качественного анализа.

Методы воздействия весьма разнообразны. К ним относят, в частности, методы управления персоналом, профилактики и разрешения межличностных конфликтов, убеждения, технологии командообразования, методы поиска и принятия групповых решений, оптимизации социально-психологического климата, социально-психологический тренинг, психотерапевтические методы.

🕑 *Как показали исследования в области социальной психологии, ничто так не укрепляет человека в собственных убеждениях, как его попытка навязать эти убеждения другим людям.*

Т. Лири

[6] Подробнее о методах социальной психологии см.: Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.; Шевандрин Н. И. Социальная психология в образовании: учеб. пособие. – М.: Владос, 1995. – Ч. 1: Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – 424 с.

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Социальная психология возникла «на стыке» социологии и философии.

– Предметом социальной психологии является изучение закономерностей поведения и деятельности людей, обусловленное включением их в социальные группы, а также психологические характеристики самих этих групп.

– Расщепление социально-психологического знания на теоретическое и прикладное характерно для феноменологического этапа формирования социально-психологических идей.

– Датой зарождения социальной психологии считается 1908 г.

– Автором книги «Психология масс» является В. Вундт.

– Для американской психологии было характерно большое количество эмпирического материала.

– Автором «теории поля» является К. Левин.

– В СССР до 1936 г. социальная психология считалась буржуазной наукой.

– В качестве специальной методологии выступают различные философские системы.

– Изучением агрессивного и асоциального поведения занимается И. А. Фурманов.

– Всю совокупность методов социальной психологии можно подразделить на две большие группы: методы исследования и методы воздействия.

Практические рекомендации

Как организовать наблюдение

Воспользуйтесь схемой Р. Бейлза. Он выделил двенадцать параметров, наблюдая которые можно понять, как отдельный человек или малая группа ведут себя в четырёх важнейших сферах взаимодействия: сфере позитивных эмоций, сфере негативных эмоций, сферах постановки и решения групповых проблем.

Сфера позитивных и смешанных эмоций	Демонстрирует дружелюбие Снимает напряжение Соглашается
Сфера решения проблем	Выдвигает предположения Высказывает информацию Даёт информацию
Сфера постановки проблем	Запрашивает информацию Просит высказать мнение Запрашивает предложения
Сфера негативных и смешанных эмоций	Не соглашается Ведёт себя напряжённо Демонстрирует недружелюбие

Прежде всего, определите эмпирические, т. е. присутствующие в поведении, показатели каждого параметра. Например, что в поведении человека является показателем дружелюбия? Нагнетания напряжения? Согласия? Выделите вербальные и невербальные показатели параметров наблюдения.

Наиболее простой вариант применения данного метода – *наблюдение за одним человеком.* Фиксируйте в таблице как вербальные, так и невербальные проявления. Вы сможете понять, какими поведенческими средствами лучше владеет человек и где преимущественно располагаются его реакции – в сфере эмоций (каких именно?) или в одной из сфер деловой активности.

Если вы наблюдаете *взаимодействие в паре,* то можете регистрировать реакции человека на те или иные поведенческие проявления партнёра. Составьте для этого большую регистрационную таблицу, где по горизонтали и по вертикали будут располагаться параметры схемы Бейлза. К примеру, по горизонтали – действия первого партнёра, а по вертикали – ответные реакции второго партнёра. Каждый раз можно ставить галочку на пересечении двух строк: к примеру, партнёр выразил доброжелательное отношение, а второй в ответ несогласие и .т. д.[7]

Практическое занятие 1

План занятия

1. Социальная психология как наука, её предмет, основные разделы, взаимосвязи с другими науками.

---

[7] О том, как наблюдать взаимодействие в группе в ходе дискуссии и собенности взаимодействия группы и руководителя см.: Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.

2. История формирования социально-психологических идей.
3. Методология и методы социальной психологии.
4. Тренинг общения.

Тематика сообщений

1. Вклад различных течений психологической мысли (психоанализа, бихевиоризма, когнитивизма, гуманистической психологии) в развитие социальной психологии.
2. Практическое применение социальной психологии.

Вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы студентов

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 1. Далее ответьте на вопросы.

1. Чем отличается социальная психология от социологии? От общей психологии?
2. Приведите примеры пословиц и поговорок на социально-психологическую тему.
3. Какой социально-психологический опыт вы извлекли из чтения художественной литературы и просмотра фильмов?
4. Какую литературу по социальной психологии вы читали? Какой полезный опыт в сфере общения и взаимодействия с людьми вы при этом получили?
5. Проанализируйте определение социальной психологии, предложенное американским психологом Э. Аронсоном: «Социальная психология – это наука, которая изучает влияние ситуации на личность». Сравните его с определением социальной психологии, предложенным Г. М. Андреевой.
6. Заполните приведённую ниже таблицу о методах социальной психологии.

Название метода	Виды метода	Достоинства метода	Недостатки метода	Метод, позволяющий устранить указанные недостатки

7. Разработайте анкету, при этом используйте приведённую ниже информацию об этапах её разработки[8]:

Этапы	*Их содержание*
1 этап	Определить, какая информация нужна
2 этап	Определить вид анкеты и метод проведения опроса
3 этап	Определить содержание конкретных вопросов
4 этап	Определить форму ответа на каждый вопрос
5 этап	Определить формулировку каждого вопроса
6 этап	Определить последовательность вопросов
7 этап	Определить физические характеристики анкеты
8 этап	Перепроверить этапы 1–7 и пересмотреть их при необходимости
9 этап	Провести предварительное тестирование анкеты и изменить её при необходимости

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002. – С. 34–40.
3. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: АСПЕКТ-Пресс, 2007. – 517 с.
4. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – С. 10–49.
5. Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.
6. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.
7. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.
8. Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – С. 44–78.
9. Хьюстон М., Шребе В. Введение в социальную психологию: европейский подход. – М.: Юнити-дана, 2015. – 622 с.

---

[8] *Рекомендация преподавателю:* познакомьте студентов с видами вопросов, которые встречаются в анкете.

10. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

11. Шихирев П. Н. Современная социальная психология: учеб. пособие для вузов. – М.: ИП РАН; Екатеринбург: КСП+: Деловая книга, 2000. – 448 с.

12. Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

Тесты для самопроверки[9]

1. Социальному психологу Г. М. Андреевой принадлежит следующее определение предмета социальной психологии:

   a) социальная психология – наука, изучающая явления, порождаемые совместной деятельностью людей;

   b) социальная психология – наука о закономерностях поведения и деятельности людей, обусловленных их включением в социальные группы, а также о психологических характеристиках самих этих групп;

   c) социальная психология – наука о социальной детерминации психических процессов.

2. Основными объектами первых социально-психологических исследований были:

   a) социально-психологические явления;

   b) большие группы людей;

   c) малые группы;

   d) личности.

3. Установите соответствие:

Первые социально-психологические теории	*Их основатели*
Психология масс	Г. Тард, С. Сигеле, Г. Лебон
Психология народов	У. Макдугалл
Теория инстинктов социального поведения	М. Лацарус, Г. Штейнталь, В. Вундт

[9] *Рекомендация преподавателю:* при подготовке к контрольной работе предложите студентам самостоятельно проверить свои знания по модулю.

4. Социальная психология окончательно утвердилась как наука с выходом работы:

a) М. Лацаруса и Г. Штейнталя «Вводные рассуждения о психологии народов» (1859);

b) Г. Лебона «Психология масс» (1895);

c) У. Макдугалла «Введение в социальную психологию» (1908);

d) У. Томаса, Ф. Знанецкого «Польские крестьяне в Европе и Америке» (1918–1920).

5. Способность метода измерять именно те характеристики, которые он должен измерять; чувствительность метода – *это*:

a) валидность;

b) надёжность;

c) репрезентативность;

d) точность.

6. Установите соответствие:

Группы методов	*Методы социальной психологии*
Методы сбора информации	Социально-психологический тренинг
Методы обработки данных	Количественный анализ
Методы воздействия	Наблюдение
	Эксперимент
	Качественный анализ
	Изучение документов
	Тесты
	Эксперимент

7. Методика, предназначенная для выявления системы эмоциональных отношений в группе путём осуществления каждым из членов группы определённых выборов, называется … *(дополните).*

8. Общий философский подход, способ познания, принимаемый исследователем – *это*:

a) общая методология;

b) специальная методология;

c) методология.

9. Приёмы и средства, при помощи которых учёные получают достоверные сведения, используются для построения научных теорий и выработки практических рекомендаций, называются … *(дополните).*

10. Учение о принципах и методах познания называется… *(дополните)*.

11. К методам сбора информации относят: наблюдение, изучение документов (в частности, контент-анализ), опрос (интервью, анкетирование) … *(дополните).*

12. К методам воздействия относят разнообразные психотерапевтические методы, а также … *(дополните).*

13. Представление о важности для воспитательного процесса внешних обстоятельств, окружающих условий, в которых находится ребёнок, привнес в социальную психологию:

a) психоанализ;
b) бихевиоризм;
c) интеракционизм.

Резюме темы 1

Итак, социальная психология – это отрасль психологии, изучающая психологические явления, возникающие во взаимодействии и общении людей при включении их в социальные общности, а также психологические особенности этих общностей.

Датой зарождения социальной психологии считается 1859 г., когда Г. Штейнталь и М. Лацарус начали издавать журнал «Психология народов и языкознание», где была опубликована их статья «Вводные рассуждения о психологии народов». Как наука, социальная психология окончательно утвердилась в 1908 г. с выходом книг У. Макдугалла «Введение в социальную психологию» и Э. Росса «Социальная психология». В СССР до конца 1960-х гг. социальная психология считалась «буржуазной» наукой.

Методология социальной психологии включает три уровня научного знания. Под методологией в узком смысле слова понимается совокупность конкретных методических приёмов исследования. Приёмы и средства, при помощи которых учёные получают достоверные сведения, используются для построения научных теорий и выработки практических рекомендаций, называются методами научных исследований. Для получения достоверных результатов методы социальной психологии должны соответствовать требованиям валидности, надёжности и репрезентативности.

Методы социальной психологии подразделяются на методы исследования и методы воздействия.

ТЕМА 2. ЛИЧНОСТЬ В СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Лекция 2

Основные понятия: *личность, самосознание, Я-концепция, самооценка, уровень притязаний, прайминг, социализация, социальная установка.*

2.1. Личность как предмет исследования в социологии и психологии. Понятие о личности в социальной психологии.
2.2. Самосознание и Я-концепция личности.
2.3. Социализация личности.
2.4. Понятие социальной установки.

2.1. Личность как предмет исследования в социологии и психологии. Понятие о личности в социальной психологии[10]. Проблема личности изучается многими науками: философией, социологией, общей психологией, социологией. В этих науках существуют различные подходы к описанию личности. Рассмотрим, чем различаются точки зрения на природу личности в социальной психологии и наиболее близких к ней науках – общей психологии и социологии.

Для *социологии* личность важна не как индивидуальность, а как обезличенная личность, как социальный тип; личность выступает здесь как продукт, выразитель и конкретный носитель общественных отношений, как элемент общности. Главная проблема социологического анализа личности – это проблема социальной типологии личности.

Общепсихологический подход делает акцент на всеобщих механизмах психической деятельности индивида. Так, в личности различают три образования: психические свойства, психические процессы и психические состояния. Общая психология обычно ограничивается рассмотрением биологических и психофизиологических параметров структуры личности, почти не учитывая социальное влияние.

Наиболее близка к социально-психологическому пониманию личности точка зрения А. Н. Леонтьева, который рассматривал личность в неразрывной связи с деятельностью. Личность выступает как условие и продукт

---

[10] Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.

деятельности, поэтому надо исследовать процесс развития личности в деятельности. Личность с самого начала дана в системе социальных связей, детерминирована ими и выступает в качестве активного субъекта деятельности.

Социальная психология соединяет социологический и общепсихологический подход к природе личности. С позиции социальной психологии **личность** – системное качество, которое индивид приобретает во взаимодействии с социальным окружением. Это взаимодействие протекает в двух основных формах – общении и совместной деятельности.

Социальная психология выясняет:

– каким образом и в каких конкретно группах личность усваивает социальные влияния;

– каким образом и в каких конкретно группах личность реализует свою социальную сущность.

В отличие от социологии для социальной психологии не важно, каким образом в личности представлены социально-типические черты, социальная психология выявляет, как они сформировались и почему в одной социальной группе у людей формируются различные черты. Основной акцент делается не на макросреду, а на микросреду (т. е. на малую группу).

В отличие от общей психологии социальная психология рассматривает поведение и деятельность социально детерминированной личности в конкретных реальных социальных группах, индивидуальный вклад каждой личности в жизнедеятельность группы, причины, от которых зависит величина этого вклада в общую деятельность.

Для социальной психологии главным ориентиром в исследовании личности являются взаимоотношения личности с группой (не просто личность в группе, а именно результат, который получается от взаимоотношений личности с конкретной группой).

В понятие «социальная психология личности» входят такие специальные проблемы, как проблема социализации, проблема социальной установки и анализ социально-психологических качеств личности.

2.2. Самосознание, «Я-концепция», образ «Я». Интерес человека к своему «Я» был издавна предметом особого внимания. Взаимодействуя и общаясь с другими людьми, человек ощущает себя субъектом своих физических и психических состояний, действий и процессов, выступает для себя самого, как «Я», противостоящее «другим» и неразрывно с ними связанное.

Самосознанием называется совокупность психических процессов, посредством которых индивид осознает себя в качестве субъекта деятельности, а его представления о самом себе складываются в определенный образ «Я».

Образ «Я» включает три компонента:

– познавательный (когнитивный) – знание себя;

– эмоциональный (оценка своих качеств);

– поведенческий (практическое отношение к себе).

Образ «Я» – динамическое образование и включает множество сменяющих друг друга в зависимости от ситуации «Я»-образов, например: реальное «Я», идеальное «Я», зеркальное «Я» и т. д.

Я-реальное – это система приписываемых себе в данный момент жизни качеств, свойств, характеристик. *Я-идеальное* – это представление о себе в соответствии с желаниями (каким я хотел(а) бы стать). Эти структурные компоненты Я-концепции в большинстве случаев различаются. Расхождение между Я-реальным и Я-идеальным может стать как источником серьёзных внутриличностных конфликтов, так и источником самосовершенствования личности и стремления к развитию. *Я-зеркальное* – это представления индивида о том, что думают о нём другие, оно возникает на основе взаимодействия индивида с разнообразными первичными группами на основе получаемой обратной связи. Все перечисленные выше «Я» являются структурными элементами Я-концепции.

«Я-концепция» – это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с оценкой. Иными словами, Я-концепция – это все мысли и чувства относительно собственной личности[11]. Она выполняет три основные функции:

– способствует достижению внутренней согласованности личности. Человек стремится к достижению максимальной внутренней согласованности. Представления, идеи, чувства, которые противоречат его собственным представлениям, идеям, чувствам, приводят к дегармонизации личности. Если новый опыт не вписывается в существующие представления, «Я-концепция» отвергает его, срабатывает как защитный экран («Этого не может быть, потому что этого не может быть никогда»);

– определяет интерпретацию приобретенного опыта. Проходя через фильтр «Я-концепции», информация осмысливается и получает значение, которое соответствует представлениям человека о себе;

---

[11] Подробнее о самосознании и структуре Я-концепции см.: Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

– определяет ожидания человека о себе, т. е. то, что должно произойти («Я хороший студент, следовательно, сдам экзамен по психологии»). «Я-концепция» ориентирует поведение.

Самосознание постоянно сравнивает реальное поведение с «Я-концепцией» (рассогласованность между ними приводит к страданиям).

Я-концепции людей могут различаться по степени сложности и дифференцированности. В структуре Я-концепции можно выделить один или несколько следующих уровней:

1) *физическое Я* представляет осознание своей внешности;
2) *социально-психологическое Я* отражает социально-психологические характеристики и психические особенности личности;
3) *когнитивно-психическое Я* отражает психические свойства человека;
4) *морально-этическое Я* представляет осознание себя и своих поступков с позиций справедливости-несправедливости;
5) *духовно-творческое Я* – осознание своего духовного потенциала, таланта, творческих способностей[12].

Значимость того или иного уровня самосознания для различных Я-концепций не одинакова. Один из них, как правило, занимает доминирующее положение, другие – подчинённое.

Я-концепция может быть востребована «целиком» лишь в исключительных случаях, в кризисные моменты жизни. Обычно в активном состоянии находится лишь та или иная грань самосознания, тот или иной Я-образ. Процесс, в ходе которого признаки ситуации включают нашу память и тем самым активизируют какой-либо аспект Я-концепции, называется *праймингом.* Так, увидев ребёнка, человек может вспомнить о своих детях, и в его схеме личности активизируется образ Я, соответствующий роли родителя. Таким образом, в процессе прайминга внимание человека сосредоточивается на определённой грани его личности, и это определённым образом изменяет его психическое состояние и поведение.

«Я-концепция» может быть позитивной или негативной. Позитивная «Я-концепция» означает позитивное отношение к себе, самоуважение, принятие себя, ощущение собственной ценности. Негативная «Я-концепция» предполагает негативное отношение к себе, неприятие себя, ощущение собственной неполноценности; человек не может достичь согласования между «Я-концепцией» и поведением. Отрицательная Я-концепция может

[12] Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

способствовать нарушениям в поведении, например, агрессивности, чрезмерной зависимости от группы.

Представления человека о самом себе, как правило, кажутся ему убедительными, хотя могут быть субъективными. Даже объективные показатели (рост, возраст) могут иметь для разных людей разное значение, обусловленное структурой их «Я-концепции» (например, 40 лет – пора расцвета или старения?).

Слишком жесткая, не изменяющаяся структура «Я-концепции» – это не сила характера, а источник мучительных ее рассогласований. Слишком слабая – ведет к бесхарактерности, непригодности для длительных и напряженных усилий по достижению цели.

Образ «Я» – одна из самых важных для жизни социальных установок. Все люди испытывают потребность в положительном образе «Я», отрицательное отношение к себе всегда переживается болезненно.

Степень адекватности образа «Я» выясняется при изучении *самооценки личности*, т. е. оценки личностью самой себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей.

Индивид оценивает себя двумя путями:

– путем сопоставления уровня своих притязаний с реальными результатами своей деятельности;

– путем сравнения себя с другими людьми.

Самооценка всегда носит субъективный характер. Она не является постоянной, изменяясь в зависимости от обстоятельств.

Самооценка может быть адекватной, завышенной (в этом случае для человека характерны высокомерие, подозрительность, агрессия); заниженной (ей сопутствуют неуверенность, безразличие, самообвинение, тревожность).

Самооценка тесно связана с уровнем притязаний. *Уровень притязаний* – это желаемый уровень самооценки личности, проявляющийся в степени трудности цели, которую индивид ставит перед собой. Уровень притязаний личности устанавливается где-то между чересчур легкими и чересчур сложными заданиями так, чтобы сохранить самооценку на должной высоте.

Обычно при неудачах уровень притязаний и самооценка снижаются. Однако возможно, что, несмотря на неудачи, этого не происходит и человек не прилагает никаких усилий, чтобы добиться успеха, поднять свои возможности до уровня притязаний. Это объясняется следующими причинами:

– некоторые способности человека, достаточные для успеха в какой-либо области, но не достаточные для больших достижений;

– переоценка, долгий опыт незаслуженной похвалы, сознание своей исключительности;

– очень сильная потребность в самоутверждении.

Когда человек ищет причины своих неудач в поведении и отношениях других людей, у него возникает чувство обиды и уверенность в несправедливости окружающих, враждебное и подозрительное отношение ко всем, агрессивность. Данное состояние называется *аффектом неадекватности.*

Аффект неадекватности возникает ради сохранения собственного отношения к себе ценой нарушения адекватных отношений с окружающей действительностью. Он выполняет защитную функцию: удовлетворяет потребность в высокой самооценке, однако является серьезным препятствием для развития личности. Профилактика аффекта неадекватности состоит в формировании адекватной самооценки и глубокого, устойчивого интереса к деятельности.

Самосознание личности, используя механизм самооценки, регистрирует соотношение собственных притязаний и реальных достижений. Определенный компонент образа «Я» – *самоуважение* – характеризуется отношением действительных ее достижений к тому, на что человек претендует. Самоуважение представляет собой обобщённую самооценку.

Одна из первых моделей самоуважения была предложена У. Джеймсом. Она выглядит так: *самоуважение = успех/притязания.*

Чем выше у индивида притязания, тем больших результатов он должен достичь, чтобы иметь высокое самоуважение. Для повышения уровня самоуважения, согласно формуле У. Джеймса, можно добиться успеха или снизить уровень притязаний.

2.3. Социализация личности. *Социализация* – это процесс и результат включения индивида в социальные отношения. Она осуществляется путём усвоения индивидом социального опыта и воспроизведения его в своей деятельности. В процессе социализации индивид становится личностью и приобретает убеждения, общественно одобряемые формы поведения, необходимые ему для нормальной жизни в обществе.

В процессе социализации можно выделить четыре аспекта[13] (таблица 1).

---

[13] Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности: учеб. пособие для вузов. – М.: Академия, 2009. – 300 с.

Таблица 1. – Составляющие процесса социализации

Название	Содержание
Инкультурация	трансляция культурных ценностей, передача от поколения к поколению всех свойственных данной культуре особенностей
Интернализация	усвоение социального опыта, в процессе чего изначально внешние социальные требования становятся внутренними требованиями личности
Адаптация	усвоение моделей поведения и социальных значений (символов, ценностей, установок)
Конструирование реальности	активное воспроизводство индивидом общественного опыта

Процесс вхождения индивида в новую социальную среду, согласно А. В. Петровскому, включает три фазы:

– *адаптация* – освоение действующих в общности норм и овладение соответствующими приёмами деятельности и общения;

– *индивидуализация* – поиск средств и способов для проявления своей индивидуальности, для самовыражения;

– *интеграция* – взаимное приспособление личности и группы: личность сохраняет те индивидуальные черты, которые отвечают необходимости группового развития и собственной потребности осуществить вклад в жизнь группы, а группа в какой-то мере меняет свои групповые нормы, восприняв у личности те черты, которые признаются группой как значимые для её развития.

Если индивиду не удаётся преодолеть трудности адаптации, то у него могут возникнуть неуверенность в себе, агрессивность, подозрительность, конформное поведение. В целом примерно до трёх лет характерно доминирование процесса адаптации, для эпохи отрочества – процесса индивидуализации, для эпохи юности – интеграции.

Факторами социализации являются целенаправленное обучение, воспитание и случайные социальные воздействия[14].

Ребёнок социализируется, постепенно переходя от роли объекта социального воздействия к позиции активного субъекта. Развиваясь, личность становится субъектом социальных отношений, способным оказывать воздействие на другого человека и на себя.

Таким образом, можно уточнить: *социализация* – это двусторонний процесс, включающий в себя усвоение индивидом социального опыта путём вхождения в социальную среду (воздействие среды на человека) и процесс

[14] Подробнее о факторах социализации см.: Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

активного воспроизводства индивидом системы социальных связей за счёт его активной деятельности, активного включения в социальную среду (воздействие человека на среду при помощи деятельности). Иными словами, в процессе социализации индивид не только усваивает общественный опыт, но и активно преобразует и применяет усвоенные социальные роли, нормы, ценности, способы социального самоопределения в новых социальных ситуациях.

Выделяют три *сферы*, в которых прежде всего осуществляется социализация как процесс становления личности: *деятельность, общение, самосознание*. Общей их характеристикой является процесс расширения, умножения социальных связей индивида с внешним миром.

Человек осваивает всё новые виды *деятельности.* При этом происходят три важных процесса:

1) ориентировка в системе связей, присутствующих в каждом виде деятельности между её различными видами;

2) центрирование вокруг главного вида деятельности и соподчинение ему всех остальных деятельностей;

3) освоение личностью в ходе освоения деятельности новых ролей и осмысление их значимости.

Расширение *общения* можно понимать как умножение контактов с другими людьми, специфику этих контактов на каждом возрастном этапе. Углубление общения – это прежде всего переход от монологического общения к диалогическому, децентрация, т. е. умение ориентироваться на собеседника, его более точное восприятие.

В процессе социализации происходит *становление* в человеке его *образа «Я»*, который складывается на протяжении всей жизни человека под воздействием многочисленных социальных влияний.

Процесс социализации может быть понят только как единство изменений, возникающих во всех трёх сферах: деятельности, общения и самосознания.

Основанием для выделения *стадий социализации* является отношение к трудовой деятельности. Можно выделить *дотрудовую стадию* (весь период жизни человека до начала трудовой деятельности), *трудовую стадию* (период зрелости, трудовой деятельности) и *послетрудовую стадию*. На всех стадиях социализации влияние общества на личность осуществляется или непосредственно, или через группу, но сам набор средств воздействия можно свести к следующему: ценности, нормы, знаки. Можно сказать,

что общество и группа передают формирующейся личности некоторую систему норм и ценностей посредством знаков. Те конкретные группы, в которых личность приобщается к системам норм и ценностей и которые выступают своеобразными трансляторами социального опыта, получили название *институтов социализации* (это семья, детские дошкольные учреждения, школа, вуз, трудовой коллектив, общественные организации и т. д.).

Основные направления социализации соответствуют ключевым сферам жизнедеятельности человека: поведенческой, эмоционально-чувственной, познавательной, бытийной, морально-нравственной, межличностной. Иными словами, в процессе социализации люди учатся, как себя вести, эмоционально реагировать на различные ситуации, переживать и проявлять различные чувства, каким образом познавать окружающий мир, как организовывать свой быт, каких морально-этических ориентиров придерживаться, как эффективно участвовать в межличностном общении и совместной деятельности.

К социально-психологическим *механизмам социализации* относят идентификацию, подражание, внушение, социальную фасилитацию, конформизм (см. Словарь основных понятий).

В последние два десятилетия в литературе активно используется термин *«ресоциализация».* Данный термин введён американскими социальными психологами А. Кеннеди и Д. Кербером для обозначения процесса «вторичного» вхождения индивида в социальную среду в результате каких-либо «дефектов» социализации (ресоциализация освобождённых из мест лишения свободы) или в результате смены социокультурного окружения (ресоциализация мигрантов). В настоящее время этот термин используется и для обозначения осознанного изменения поведения человека в ситуации очевидного социального неуспеха. В условиях ресоциализации наиболее важной характеристикой социального поведения человека становится умение ориентироваться в непредвиденных социальных ситуациях.

2.4. Понятие социальной установки. Процесс социализации объясняет, как личность усваивает и воспроизводит социальный опыт. Но как усвоенный опыт преломляется личностью и конкретно проявляет себя в её действиях и поступках? Почему люди в данной ситуации поступают так, а не иначе?

Объяснить выбор мотива человеком помогает понятие «социальная установка». На житейском уровне данное понятие употребляется в значении, близком понятию *отношение* («Вряд ли мне понравится С., я не люблю математиков»).

Проблема установки была исследована в школе Д. Н. Узнадзе. Однако установка в контексте концепции Узнадзе трактуется как бессознательное и касается реализации простейших физиологических потребностей человека *(set).*

Социальная установка (*attitude)*, по мнению большинства исследователей, представляет собой предрасположенность (склонность) субъекта к совершению определённого социального поведения. Иными словами, это предрасположенность воспринимать, оценивать, осознавать и (как итог) действовать относительно данного социального объекта (явления) определённым образом.

Социальная установка выполняет следующие функции (таблица 2).

Таблица 2. – Функции социальной установки (Д. Кац)

Функция	Содержание
приспособительная	направляет субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей
знания	даёт упрощённые указания относительно способа поведения по отношению к конкретному объекту
выражения	выступает как средство освобождения субъекта от внутреннего напряжения, выражения себя как личности
психологической защиты	способствует разрешению внутренних конфликтов личности

Структура аттитюда (по М. Смиту) включает:

1) *когнитивный компонент* (осознание объекта социальной установки);

2) *аффективный компонент* (эмоциональная оценка объекта);

3) *конативный компонент* (последовательное поведение по отношению к объекту).

Таким образом, *установка* – осознание, оценка, готовность действовать.

Как соотносится установка с реальным поведением?[15]

В 1934 г. Р. Лапьер провёл эксперимент с целью выяснить это соотношение. Он вместе с двумя студентами-китайцами путешествовал по США, посетил 252 отеля. Во всех отелях им оказали нормальный приём, за исключением

[15] Исследования взаимосвязи установок и поведения см.: Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

одного. Спустя два года Лапьер обратился в 251 отель с письмами, что надеется вновь на гостеприимство, если посетит отель в сопровождении тех же двух китайцев, теперь уже его сотрудников. 52% владельцев отелей ответило отказом, в остальных ответах были уклончивые формулировки. Таким образом, в эксперименте Р. Лапьера обнаружилось противоречие между аттитюдом и реальным поведением.

Это противоречие объясняли следующим образом.

М. Рокич предположил, что существует два аттитюда – на объект и на ситуацию – которые включаются поочерёдно. Гипотеза Д. Каца и Э. Стотленда заключается в том, что в разных ситуациях может проявляться то когнитивный, то аффективный компоненты аттитюда, и результат будет различным. В. А. Ядов предложил «диспозиционную концепцию регуляции социального поведения личности». Её основная идея – человек обладает сложной системой диспозиционных образований, которые регулируют его поведение и деятельность. Эти диспозиции организованы иерархически[16]. Для того чтобы представить схему диспозиций, нужно описать иерархию потребностей и иерархию ситуаций, в которых действует человек. В ситуации письменного ответа срабатывает уровень ценностных ориентаций, в ситуации конкретного решения – уровень, который регулирует поступок.

При изучении влияния установок на поведение необходимо учитывать следующие положения:

1. Влияние ситуационных факторов: чем опаснее ситуация, тем меньше проявляются индивидуальные различия в установках и вообще влияние социальных установок на поведение людей (примером является исследование С. Милграма, представления Г. Лебона о массе).

2. Влияние диспозиционных факторов: чем сильнее у человека развито самосознание, тем сильнее прослеживается связь между установками и поведением.

3. Для того чтобы установить влияние установок на поведение, необходимо провести анализ следующих факторов: действие (вид поведения), объект, на который направлено действие; контекст (политическая система и/или экономическая ситуация); временной фактор (время осуществления поведения). На основании этих положений А. Эйзен и М. Фишбейн разработали *теорию обоснованных действий.* Она анализирует три компонента:

---

[16] Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.

установку в отношении конкретного вида поведения, социальные нормы и саму возможность осуществить это поведение. В зависимости от сочетания этих трёх элементов, прогнозируемое поведение может состояться, а может и не состояться.

4. С точки зрения определённых психологических направлений (таких, как психоанализ, теория научения, психология масс), поведение управляется приобретёнными привычками, бессознательными и ситуационными факторами, но не установками сознания.

С необихевиористских позиций выступает Д. Бем, автор теории самопонимания. Согласно этой теории, человек начинает понимать, что он делает, лишь понаблюдав за свои поведением. Люди осознают свои установки лишь тогда, когда их поведение становится предметом наблюдения и размышления. Само поведение детерминировано научением.

5. Синтетическая модель поведения, названная МОДЕ-моделью, была предложена Р. Фазио. Она предлагает одновременный учёт связи установок и поведения и мотивационных факторов, которые детерминируют ту или иную модель связи установки и поведения в данной ситуации. Большая часть поведения осуществляется человеком «бездумно». Активизированные в результате прайминга установки в сочетании с социальными нормами позволяют человеку избирательно воспринимать ситуацию и вести себя соответствующим образом.

🕑 *Только неглубокие люди знают себя до самых глубин.*

Оскар Уайльд

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– В социальной психологии личность рассматривается как продукт, выразитель и конкретный носитель общественных отношений.

– Я-концепция – это часть образа Я.

– Наиболее простая структура Я-концепции включает только физическое Я.

– Аффект неадекватности выполняет защитную функцию: удовлетворяет потребность в высокой самооценке, однако является серьезным препятствием в формировании личности.

– Социализация рассматривается как интернализация, когда речь идёт о воспроизводстве индивидом общественного опыта.

– Социализация в сфере общения означает переход от монологического общения к диалогическому.

– На житейском уровне понятие «установка» употребляется в значении, близком понятию отношение.

– Чем слабее у человека развито самосознание, тем сильнее прослеживается связь между установками и поведением.

– «Диспозиционную концепцию регуляции социального поведения личности» предложил М. Рокич.

Практические рекомендации

Как регулировать самооценку

Для тех, у кого завышенная самооценка

Время от времени говорите себе: «А всё-таки…» (на месте многоточия должны быть фамилия и имя очень авторитетного для вас человека, особенно в той области, которой вы занимаетесь). Например, «А всё-таки Эйнштейн умнее, чем я» может сказать о себе начинающий… гений. А почему бы и нет? Если уж сравнивать себя, так с гениями.

Для тех, у кого заниженная самооценка

Вам следует понять и запомнить одну уникальную мысль – «Вы уникальная и неповторимая личность». И всё, что вы делаете, получается у вас достаточно хорошо. Повторяйте про себя несколько раз в день: «Я подарок для своих родителей (они так ждали меня и любят), для своих друзей (они ценят моё умение выслушать и желание помочь) и т. д.» Приводите свои аргументы. Вас любят животные, вашему появлению радуется солнце, вас ласкает ветерок. Всё это для вас, ведь вы подарок!

(По А. С. Прутченкову)

Как сохранять уверенность в себе

Известный психолог Дж. Келли приводит перечень основных прав человека, которые следует помнить, чтобы не потерять уверенность в себе:

– право быть одному;

– право быть независимым;

– право быть выслушанным и принятым всерьёз;

– право действовать в уверенной манере;

– отвечать отказом на просьбу, не чувствуя себя виноватым и эгоистичным;

– просить то, что хочешь;

– право на успех;

– делать ошибки и быть ответственным за них;

– право быть напористым.

Практическое занятие 2

План занятия

1. Понятие личности в социологии и психологии. Личность в аспекте социальной психологии.
2. Самосознание и Я-концепция личности. Самооценка и уровень притязаний.
3. Социализация личности: понятие, содержание процесса социализации, стадии, институты, механизмы, направления.
4. Понятие социальной установки. Взаимосвязь социальной установки и поведения.
5. Диагностика социально-психологических качеств личности.

Психологическая диагностика

Диагностика социально-психологических качеств личности (например, ценностных ориентаций, смысложизненных ориентаций, самооценки, уровня притязаний, самоотношения и т. д.)[17]

Тематика сообщений

1. Теории социализации.
2. Психологическая защита и её взаимосвязь с Я-концепцией личности.

[17] *Рекомендация преподавателю:* выбор тестовых методик определяется как предпочтениями преподавателя, так и интересом студентов к выраженности у них тех или иных социально-психологических качеств.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 2.

1. Заполните приведенную ниже таблицу.

	За что меня ценят	За что меня могут критиковать
Друзья (сверстники)		
Родители		
Преподаватели в вузе		

2. Каковы взаимоотношения человека и социальной среды? Можно ли сказать, что личность – это социум?
3. Существуют две линии развития: социализация (присвоение общественного опыта) и индивидуализация (приобретение самостоятельности, автономности). Для гармоничного развития личности необходимо, чтобы они находились в равновесии. Каким образом скажется на развитии человека преобладание одной из этих линий развития? Является ли деиндивидуализация постоянным спутником социализации?
4. Какие качества личности относят к социально-психологическим[18]?
5. Посмотрите видео «Краткое содержание романа М. Булгакова «Собачье сердце» (URL: https://www.youtube.com/watch?v=G0tU7eylXZg) и ответьте на следующие вопросы:
   – В чем состояла социализация главного героя?
   – Как усваивались культурные нормы поведения и социальные нормы?
   – Оказалась ли социализация успешной? Почему?

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Психология социального познания: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 288 с.
2. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности: учеб. пособие для вузов. – М.: Академия, 2009. – 300 с.
3. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

[18] Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.

4. Мудрик А. В. Социализация человека. – М.: Академия, 2006. – 304 с.

5. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

6. Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – С. 275–305, 313–353.

Тесты для самопроверки

1. Личность – системное качество, которое индивид приобретает во взаимодействии с социальным окружением с точки зрения:
   a) социологии;
   b) общей психологии;
   c) социальной психологии;
   d) философии.

2. Совокупность психических процессов, посредством которых индивид осознает себя в качестве субъекта деятельности называется … *(дополните)*.

3. Образ Я включает три компонента:
   a) познавательный (когнитивный) – знание себя;
   b) ? (оценка своих качеств);
   c) поведенческий (практическое отношение к себе).

4. Источником самосовершенствования и саморазвития личности является расхождение между:
   a) Я-реальным и Я-фантастическим;
   b) Я-реальным и Я-зеркальным;
   c) Я-реальным и Я-идеальным;
   d) Я-идеальным и Я-зеркальным.

5. Для повышения уровня самоуважения, согласно формуле У. Джеймса, можно добиться … или снизить … *(дополните)*.

6. Процесс и результат включения индивида в социальные отношения называется:
   a) адаптация;
   b) интеграция;
   c) индивидуализация;
   d) социализация.

7. Установите соответствие:

Сторона социализации	*Её содержание*
инкультурация	активное воспроизводство индивидом общественного опыта
конструирование реальности	усвоение моделей поведения и социальных значений (символов, ценностей, установок)
адаптация	анализ процесса социализации с точки зрения его результатов
интернализация	трансляция культурных ценностей, передача от поколения к поколению всех свойственных данной культуре особенностей

8. Умение ориентироваться в непредвиденных социальных ситуациях наиболее важно для процесса:

a) адаптации;
b) ресоциализации;
c) индивидуализации;
d) социализации.

9. Социальная установка (attitude), по мнению большинства исследователей, представляет собой … (склонность) субъекта к совершению определённого социального поведения. Иными словами, это предрасположенность … , оценивать, … и (как итог) … относительно данного социального объекта (явления) определённым образом *(дополните)*.

10. Установка включает три составляющие:

a) когнитивная, моральная, аффективная;
b) аффективная, каузальная, когнитивная;
c) когнитивная, аффективная, поведенческая.

11. Прайминг – это:

a) этап социализации;
b) позитивная Я-концепция;
c) активизация какого-либо аспекта Я-концепции под влиянием ситуации;
d) совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с оценкой.

Резюме темы 2

Таким образом, с точки зрения социальной психологии личность – системное качество, которое индивид приобретает во взаимодействии с социальным окружением. Это взаимодействие протекает в двух основных формах – общении и совместной деятельности. Индивид осознает себя как личность благодаря самосознанию, а его представления о самом себе складываются в определенный образ «Я». Все мысли и чувства относительно собственной личности составляют «Я-концепцию», которая во многом является результатом социализации личности.

Социализация представляет собой процесс и результат включения индивида в социальные отношения. Она включает четыре аспекта: инкультурацию, интернализацию, адаптацию и конструирование реальности.

Процесс социализации объясняет, как личность усваивает и воспроизводит социальный опыт, но то, как усвоенный опыт преломляется личностью и конкретно проявляет себя в её действиях и поступках, позволяет понять изучение социальной установки. Социальная установка – предрасположенность (склонность) субъекта к совершению определённого социального поведения. Социальная установка включает три компонента: когнитивный, аффективный и поведенческий. По сути, это осознание, оценка, готовность действовать. Наиболее актуальна для социальной психологии проблема взаимосвязи социальной установки, которая различным образом интерпретируется разными авторами, с реальным поведением.

ТЕМА 3. МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Лекция 3

Основные понятия: *взаимоотношения, общественные отношения, межличностные отношения, аттракция.*

3.1. Понятие межличностных и общественных отношений.

3.2. Виды межличностных отношений.

3.3. Аффилиация как потребность в социальных контактах. Особенности детской привязанности.

3.4. Понятие и факторы аттракции.

3.5. Понятие дружбы. Одиночество и его причины.

3.6. Любовь, ее виды. Трехфакторная теория любви Р. Стернберга. Стили любви. Ревность, ее причины и виды.

3.7. Становление и разрыв близких отношений.

3.1. Понятие межличностных и общественных отношений. Личность нельзя изучить вне системы социальных связей, поскольку она является их «продуктом» и одновременно их активным творцом. Человек оказывается субъектом многочисленных и разнообразных отношений, среди которых следует различать два их основных вида: общественные и межличностные.

Структура *общественных отношений* исследуется социологией. Их систему составляют идеологические, экономические, социальные, политические и другие виды отношений. Специфика общественных отношений состоит в том, что индивиды участвуют в них как представители определённых общественных групп (классов, профессий, партий). Такие отношения строятся на основе определённого положения, занимаемого каждым в системе общества. Общественные отношения носят безличный характер: их сущность состоит не во взаимодействии конкретных личностей, а скорее во взаимодействии конкретных социальных ролей. Таковы отношения между президентом и представителями электората, руководителем и подчинёнными.

Поскольку общение людей носит двусторонний характер, точнее говорить не об отношениях, а о взаимоотношениях. Я. Л. Коломинский

определяет **взаимоотношения** как специфический вид отношения человека к человеку, в котором имеется возможность непосредственного (или опосредованного техническими средствами) одновременного или отсроченного ответного личностного отношения.

Как синоним понятия «взаимоотношения» часто используется термин «межличностные отношения». Важнейшей специфической чертой *межличностных отношений* является их эмоциональная основа. Иными словами, они возникают и складываются на основе определённых чувств, возникающих у людей по отношению друг к другу.

Общественные отношения в чистом виде не встречаются, поскольку во всех групповых действиях участники выступают и как носители безличной социальной роли, и как неповторимые личности. Кроме того, отношения между людьми не складываются на основе непосредственных личностных контактов. Сама деятельность задаёт ряд отношений, опосредованных ею. Поэтому в социальной психологии приходится анализировать как межличностные, так и общественные отношения.

3.2. Виды межличностных отношений. Основой для классификации межличностных отношений является степень выраженности таких характеристик, как адекватность, устойчивость, эффективность, гармоничность и глубина. Эти характеристики могут влиять не только друг на друга, но и на ряд других параметров отношений. Как следствие, выделяют большое разнообразие межличностных отношений.

Известный отечественный психолог В. Н. Мясищев говорит об отношениях симпатии и антипатии как проявлениях более интегральных отношений дружбы и вражды. Российский психолог Л. Я. Гозман выделяет отношения симпатии и любви, включая уважение в качестве компонента в структуру отношения симпатии. Ученые В. А. Кроник и Е. Кроник, используя для обозначения этих же биполярных шкал понятия «валентность», «позиция» и «дистанция», также выделяют позитивные отношения – негативные отношения, отношения снизу – отношения сверху, близкие отношения – далекие отношения.

Российский ученый Н. Н. Обозов[19] выделяет следующие виды межличностных отношений: отношения знакомства, приятельские, товарищеские, дружеские, любовные, супружеские, родственные, деструктивные.

---

[19] Обозов Н. Н. Психология межличностных отношений. – Киев: Лыбидь, 1990.

Данная классификация основана на нескольких критериях: глубине отношений, избирательности в выборе партнёров и функциях отношений (имеется в виду круг задач, вопросов, которые решаются во взаимоотношениях). Дополнительными критериями для различения межличностных отношений можно считать дистанцию между партнёрами, продолжительность и частоту контактов, участие ролевых клише[20] в актах общения, нормы отношений, требования к условиям контакта. Чем глубже отношения (например, дружба или супружество в сравнении со знакомством), тем короче дистанция, чаще контакты, меньше ролевых клише[21].

Американский психолог У. Шутц обозначает три измерения межличностных отношений: присоединение (или включенность), контроль и открытость. Присоединение относится к объединению людей – принадлежности, преданности, совместной жизни. Поведение в этом виде отношений определяется тем, насколько значимым чувствует себя в них человек. В зависимости от этого его поведение может быть субсоциальным (если он чувствует себя незначимым и старается сохранить дистанцию между собой и другими), сверхсоциальным (если он чувствует себя недостаточно значимым и боится остаться незамеченным) и социальным (если он ощущает себя ценной и значимой личностью и успешно решил проблему присоединения в детстве).

Степень контроля в отношениях зависит от того, насколько компетентным и адекватным ощущает себя человек. Он может вести себя как абдикрат, то есть отказываться от власти и от контроля над другими, если он не хочет принимать решения и избегает ответственности; как автократ, стремящийся к власти из страха, что не оказывает влияния и желая компенсировать это чувство; или быть демократом, то есть чувствовать себя компетентным, отдавая распоряжения и подчиняясь другим.

Степень открытости в отношениях основывается на способности любить и вызывать любовь. В зависимости от этого человек будет субперсонален, если он избегает открытости и поддерживает отношения на поверхностном уровне, боясь близости; сверхперсонален, если рассказывает каждому о своих чувствах, стремясь понравиться другим; и персонален, если он чувствует себя хорошо «и в ситуациях, требующих близости, и в ситуациях, в которых более уместно сохранять дистанцию».

[20] Клише – это стереотип, шаблон.

[21] Об особенностях межличностных отношений см.: Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

Таким образом, включенность, или присоединение, влияет на продолжительность отношений, контроль влияет на то, кто будет принимать решения, открытость – на то, насколько близкими будут эти отношения. Эти виды отношений актуализируются для человека всякий раз, когда он включается в ту или иную группу или социальную организацию.

Каждому измерению соответствует свой вид отношений. Эти отношения формируются на определенных этапах возрастного развития человека. Так, отношения присоединения доминируют на первой стадии жизни человека и являются необходимыми для его выживания. Отношения контроля формируются в возрасте примерно от двух до четырех лет. Они концентрируются вокруг распределения власти и ответственности и обеспечивают социализацию ребенка. Отношения открытости формируются в возрасте от четырех до шести лет. Они связаны с возрастанием сложности отношений любви и привязанности, в которые включен маленький ребенок. Чтобы успешно развиваться дальше, ему нужно научиться на этой стадии быть открытым, то есть выражать и сообщать свои чувства другим.

Американский психотерапевт И. Ялом на основе анализа работ А. Маслоу и Э. Фромма выделяет аутентичные (подлинные или зрелые) и дефицитарные (патологические) межличностные отношения. Разнообразие в отношениях обусловлено различной ориентацией индивидов: на рост или на восполнение дефицита. Индивид, ориентированный на рост, не относится к другим как источнику снабжения, а способен рассматривать их как сложные, уникальные, целостные существа. Человек, ориентированный на восполнение дефицита, воспринимает других с точки зрения полезности, и на те аспекты другого, которые не связаны с его собственными нуждами, он либо вообще не обращает внимания, либо относится к ним как к раздражителю. В дефицитарных отношениях главный мотив – защита от одиночества, а другие люди играют здесь роль средства. Такие отношения задерживают личностный рост, поскольку партнеры по-настоящему так и не знают друг друга. Характерными чертами дефицитарных отношений являются размытость личностных границ, нередко доходящая до слияния с другим, зависимость, потеря собственного «Я», избегание переживания изоляции и отчаяния, компульсивность, неполная включенность, когда человек либо удерживает часть себя вне отношений, либо включает в них какое-то вымышленное лицо, например, своих партнеров из прошлого или родителей. В таких отношениях утрата самосознания часто сопровождается успокоением и обретением

иллюзорного чувства безопасности через расширение себя путем включения других.

Степень зрелости влияет на многие другие параметры отношений – на степень определенности, глубины, устойчивости, осознанности, этичности. Характерные черты зрелых отношений – взаимность, активность, уважение к другому, подлинное знание о другом, способность отдавать, независимость.

Таким образом, зрелые отношения приводят к взаимным изменениям и личностному росту, взаимному духовному обогащению и смягчают экзистенциальное одиночество человека. Формировать такие отношения способны те, кто смог пережить свою изоляцию и исследовать ее. Подобное переживание развивает способность «терпеть изоляцию» и умение устанавливать «связь с другими». Это происходит благодаря тому, что в зрелых отношениях человек меняется в результате встречи с другим и это переживание интернализуется, становится внутренним референтным пунктом, вездесущим напоминанием о возможности и ценности истинной встречи.

Еще одна классификация отношений – это типология стилей межличностных отношений американского психолога Т. Лири. Типология стилей межличностных отношений Т. Лири основана на двух взаимосвязанных параметрах: доминирование – подчинение и доброжелательность – враждебность. В типологии Т. Лири выделяются две подгруппы: 1) агрессивно-доминирующих и 2) дружелюбно-подчиненных стилей. Первая подгруппа объединяет ведущие стили межличностных отношений, вторая – ведомые. К ведущим стилям относятся властный–лидирующий, независимый–доминирующий, прямолинейный–агрессивный и недоверчивый–скептический. К ведомым – покорный–застенчивый, зависимый–послушный, сотрудничающий–конвенциональный и ответственный–великодушный.

3.3. Аффилиация как потребность в социальных контактах. Особенности детской привязанности. Люди склонны искать контакты с другими людьми. «Тяготение» к другим людям, которое особенно ярко проявляется в приятных, доставляющих удовольстие или в угрожающих, тревожных обстоятельствах связано с аффилиативными потребностями человека.

Аффилиация – (англ. affiliation — соединение, связь) потребность человека, проявляющаяся в его желании и стремлении постоянно быть с людьми, устанавливать и сохранять положительные взаимоотношения с ними.

В аффилиации выделяют две стороны, одна из которых связана со стремлением к принятию – позитивная ***сторона аффилиации***, или, собственно, аффилиация, а другая – со страхом отвержения – ***негативная сторона аффилиации***.

Функции аффилиации: редукция тревоги, поиск информации, социальная поддержка и снижение уровня стресса. **Буферный эффект социальной поддержки** состоит в том, что, во-первых, она может срабатывать на стадии оценивания стрессора. Например, если индивид сознает, что рядом есть люди, готовые помочь ему в решении его проблем, то он может оценивать событие как менее тяжелое, а самого себя – как более способного справиться со стрессом. Во-вторых, социальная поддержка может включаться на стадии преодоления стресса и срабатывать посредством редуцирования воздействия стрессора на индивида, например, благодаря решению проблемы или обеспечению информационной или эмоциональной поддержки, минимизирующей любые негативные эффекты.

Формой детского социального поведения, близкой к аффилиации и обнаруживаемой уже на ранних стадиях онтогенеза, является поведение, обозначаемое термином «привязанность».

Привязанность понимается: 1) как эмоционально положительная связь между людьми, их взаимное влечение друг к другу; 2) как эмоциональная связь, возникающая между ребенком и взрослыми или старшими по возрасту людьми.

Типы привязанности были впервые исследованы и описаны в конце 1960-х гг. американо-канадским психологом М. Эйнсворт в ходе эксперимента «Незнакомая ситуация». В течение 72 часов исследователи наблюдали за мамами и детьми первого года жизни у них дома, обращая особое внимание на стиль взаимодействия в системе мать – дитя. Затем в возрасте 12 месяцев их приглашали в лабораторию, где за детками наблюдали в ситуации разделения с мамой (мама и малыш заходили в комнату, где уже находился незнакомец, мама начинала играть с малышом, а потом выходила, на последнем этапе малыш вообще оставался в комнате один). Основываясь на типах реакций детей[22], М. Эйнсворт выделила несколько видов привязанности.

1. Безопасная (надежная) привязанность формируется у детей, которые растут в счастливых, дружных семьях, где родители постоянно

[22] См. в книге: Психология привязанности. Тексты / Сост. и пер. с англ. М. Л. Мельниковой; под ред. С. Ф. Сироткина. – М. : ERGO, 2005. – 360 с.

поддерживают с ними эмоциональный контакт. Во взрослой жизни они не отталкивают от себя близких и сами не становятся зависимыми от них. Они доверяют близким, чувствуют себя достойными любви, уважают партнёра и готовы искать компромисс.

2. Амбивалентная (сопротивляющаяся) привязанность формируется, когда родители непоследовательны и непредсказуемы. Они то разрешают, то запрещают. То они рядом, то их нет. Ребёнок начинает цепляться за них, чтобы не потерять. У людей с таким типом привязанности низкая самооценка. Они очень зависимы, болезненно реагируют на малейшие изменения в отношениях, боятся остаться в одиночестве и поэтому постоянно требуют подтверждения любви. Взрослея, «амбивалентные» дети сохраняют внутреннюю тревожность и зависимость. Часто они чувствуют себя одинокими, никому ненужными. А иногда неосознанно «цепляют» родителей, стараясь раздражить их и спровоцировать на наказания, чтобы быть в центре внимания.

3. Избегающая привязанность формируется, когда родители отвергают ребёнка, не реагируют на его потребности, никак не поддерживают эмоционально. Во взрослой жизни такой человек обычно избегает близких отношений, держит партнёра на расстоянии, а ещё, как правило, скрывает свои чувства.

Внешне такие люди выглядят подчеркнуто независимыми, даже самонадеянными, однако глубоко внутри они не уверены в себе. Их «черствость», эмоциональная недоступность, критичность, установка «никому нельзя доверять», неумение сострадать, раскрыться даже перед самыми близкими людьми – все та же защита, уходящая корнями в раннее детство. Они ведут себя так для того, чтобы никогда больше не испытывать боль отвержения. Причём, несмотря на замкнутое поведение, такому человеку очень нужны отношения и поддержка. Без них он чувствует себя одиноким.

4. Дезорганизованная привязанность. Ее еще называют «выжженная душа». Этот тип не был описан у Эйнсворт. «Дезорганизованный» тип отношений характерен для детей, которых систематически бьют, над которыми издеваются. В таких семьях часто встречается крайне жёсткий, даже жестокий отец и слабая мать, неспособная защитить ребёнка. Либо такие дети растут у депрессивных матерей, которые большую часть времени вообще никак не реагируют на ребенка, а когда реагируют – то агрессивно. Детям с этим типом привязанности свойственны хаотические,

непредсказуемые эмоции и реакции. Поведенческие реакции взрослых противоречивы и часто меняются. Человек с дезориентированным чувством привязанности может долго добиваться отношений, а добившись – тут же их разорвать.

5. Симбиотическая привязанность (смешанный тип) формируется, как правило, в семьях с очень тревожными матерями, которые ориентируются на некие «правильные» представления о воспитании, стараются избежать ошибок и уверены в небезопасности окружающего мира. У них самих очень сильная сепарационная тревога и необходимость в постоянном подтверждении: только со мной моему малышу будет хорошо. Однако при этом на потребности ребенка они отвечают лишь при прямом зрительном контакте и выраженных сигналах в виде, например, плача. Дети у таких матерей тоже вырастают тревожными. Им трудно отделиться и понять, кто они на самом деле.

Сформированный в младенчестве тип привязанности динамичен и может меняться в зависимости от различных факторов. Например, заботливая бабушка, внимательная, неравнодушная няня способны «развернуть» ребенка с избегающей привязанностью, дав ему опыт безопасной близости, доступности и тепла. И наоборот, надежный тип привязанности может по мере взросления ребенка приобретать черты амбивалентной или избегающей из-за травматичной разлуки с матерью, конфликтов в семье, разводов, многочисленных переездов или утраты близких родственников.

Привязанность – та основа, на которой затем происходит дальнейшее развитие личности ребенка, становление его близких отношений, в частности, дружбы и любви.

3.3. Понятие и факторы аттракции. Итак, люди не просто воспринимают друг друга, но и формируют друг к другу определённые отношения. На основе сделанных оценок рождается разнообразная гамма чувств: от неприятия того или иного человека, до симпатии, даже любви к нему. Область исследований, связанных с выявлением механизмов образования различных эмоциональных отношений к воспринимаемому человеку, получила название аттракции.

Аттракция – (англ. attract – притягивать, привлекать) это и процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего,

и продукт этого процесса, т. е. некое качество отношения[23]. Её можно рассматривать как особый вид установки на другого человека, в котором преобладает эмоциональный компонент. Выделяют три уровня аттракции: симпатия, дружба, любовь.

Перечислим факторы, приводящие к появлению положительных эмоциональных отношений между людьми.

1. *Физическая (пространственная) близость.* Чем чаще происходят социальные контакты между людьми, тем больше вероятность, что между ними установятся дружеские или любовные отношения.

2. *Физическая привлекательность.* Людям присуще приписывать красивому человеку завидные личностные качества. Физически привлекательный человек чаще всего воспринимается как личность, превосходящая других по честности, уму и духовности.

3. *Сходство и комплементарность.* Как правило, человек испытывает большее влечение к тем людям, которые сходны с ним самим по физическим особенностям, социальному происхождению, интересам и взглядам. «Противоположностей» влечет друг к другу реже. Однако если для установления отношений важное значение имеет сходство, для их продолжения более значима комплементарность (взаимодополнительность).

4. *Компетентность.* Люди, талантливые или компетентные в какой-либо области, близкой нашим потребностям и интересам, в наших глазах всегда привлекательнее людей со средними способностями или лиц, компетенция которых далека от наших интересов.

5. *Взаимное вознаграждение*. Связь между людьми редко бывает бескорыстной. Необходимо, чтобы она приносила пользу обеим сторонам.

3.4. Понятие дружбы. Одиночество, его причины. ***Дружбу*** можно определить, как очень близкие, эмоционально положительные взаимоотношения, основанные на взаимной открытости, полном доверии, общности интересов, преданности, постоянной готовности людей в любой момент прийти друг другу на помощь. Дружба представляет собой многоцелевой и очень полезный для людей вид человеческих отношений.

Дружеские отношения отличаются от фрагментарных контактов тем, что человек старается быть представленным в жизнедеятельности других

[23] Подробнее об аттракции см.: Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

значимыми для себя и для других особенностями своей индивидуальности. Важным показателем того, что двое людей дружат, является их близость.

Существует несколько теорий, объясняющих дружеские отношения.

Согласно ***теории социального обмена,*** разработанной американским социологом Дж. Хомансом, успешность взаимодействия людей определяется посредством взаимно приобретенной выгоды. Согласно данной теории, человек стремится максимизировать выгоду и минимизировать издержки в общении. При этом поведение индивида зависит от того, какой была реакция общества на его поступки в прошлом

Согласно ***теории справедливости,*** люди чувствуют себя счастливее в таких взаимоотношениях, где вознаграждения и затраты партнеров, а также их вклад в отношения приблизительно равны.

Прочность дружбы зависит от общности целей, интересов, идеалов, намерений, сходства установок. Дружеским отношениям присущи определенные нормы и правила, такие как добровольная помощь, уважение к личной жизни друга, конфиденциальности, защита интересов второго даже тогда, когда он отсутствует, запрет критиковать друг друга в присутствии других людей.

Между мужской и женской дружбой существуют следующие различия: для женщины друг (подруга) – это тот (та), с кем она может доверительно разговаривать о своих чувствах и эмоциональных проблемах, а мужчины выбирают друзей со сходными интересами, акцентируя внимание на совместной деятельности, а не на обсуждении чувств.

Если у человека нет друзей и близких отношений, он чувствует себя одиноким. ***Одиночество*** *– дефицит общения и положительных отношений с окружающими.* Психологи Ф. Шейвер и К. Рубинштейн (P. Shaver, C. Rubinstein, 1980) определяют одиночество как совокупность четырех комплексов и переживаний: 1) отчаяние – ощущение паники, ужаса, беспомощности и покинутости; 2) депрессия – чувство горя, подавленности, опустошенности, жалости к себе и отчужденности; 3) невыносимая скука – чувство неловкости, нетерпения, отсутствие интересного дела, невозможности сосредоточиться; 4) нелюбовь к себе – ощущение собственной непривлекательности, глупости и ожидание опасности. Одиночество больше распространено среди людей, которые живут одни, без удовлетворяющих их связей и близких отношений. Современные нам люди, представители индивидуалистических культур, особенно подвержены чувству одиночества, которое заставляет их прибегать к психотерапевтической помощи. Оно воспринимается

как остро субъективное, сугубо индивидуальное и часто уникальное переживание. Одна из отличительных черт одиночества – это специфическое чувство полной погруженности в самого себя.

Социально-психологические симптомы одиночества:

– психологическая изоляция;

– неспособность к нормальному межличностному общению и установлению интимных отношений с другими людьми.

Одинокая личность характеризуется специфическими чертами, среди которых: дефицит умений и навыков общения, пессимизм, исключительная сосредоточенность на самом себе, чувство жалости к себе и антипатия к счастливым и общительным людям, повышенная тревожность, раздражительность, агрессивность, критичность, скрытность, недоверие к другим людям, неадекватная самооценка.

Выделяют три типа одиночества: хроническое, ситуативное, преходящее.

Существует ряд причин, которые способствуют одиночеству. Например, это может быть низкая самооценка, которая приводит к избеганию контактов с другими людьми из-за страха подвергнуться критике, что, в свою очередь, создаёт порочный круг – в результате отсутствия контактов самооценка ещё больше снижается.

Слабые навыки общения также способствуют возникновению одиночества. Люди с плохо развитыми навыками межличностного общения, низкой социализацией из-за страха потерпеть неудачу в отношениях или попасть в психологическую зависимость также нередко стремятся к одиночеству, особенно если у них уже есть неудачный опыт общения с другими людьми.

3.5. Любовь, ее виды. Трехфакторная теория любви Р. Стенберга. Стили любви. Ревность, ее причины и виды. Как отмечает в книге «Искусство любить» американский психолог Э. Фромм, любовь – это активная заинтересованность в жизни и развитии того, к кому мы испытываем это чувство. Где нет активной заинтересованности, там нет любви. По мнению Э. Фромма, любовь – это состояние, в котором человек способен почувствовать и пережить свою абсолютную незаменимость. В любви человек может почувствовать смысл своего существования для другого и смысл существования другого для себя. Зрелая любовь говорит: «Я нуждаюсь в тебе, потому что я люблю тебя».

Согласно точке зрения австрийского психолога В. Франкла, любовь – это переживание другого человека в его полной уникальности и неповторимости. Франкл считает, что это чувство не ослепляет, а наоборот, делает человека «ценностно-зрячим», позволяет увидеть мир во всей полноте присущих ему ценностей.

Выделяют несколько видов любви.

Любовь-страсть – это волнующее и сильное чувство, состояние непреодолимого желания соединиться с другим человеком. Это психическое состояние, являющееся следствием возбуждения, постоянно возникающего в какой-то период времени при общении с привлекательным человеком.

При продлении близких отношений они всегда качественно изменяются, становятся более ровными и спокойными. Если при этом сохраняется нежная привязанность друг к другу, то такие отношения перерастают в **любовь-дружбу**. В отличие от любви-страсти любовь-дружба более глубока.

Трёхкомпонентная теория любви разработана американским психологом Р. Стенбергом. В контексте личных взаимоотношений тремя составляющими любви, согласно трёхкомпонентной теории, являются близость, страсть и обязательства.

Близость включает в себя чувства сопричастности, единства, связанности. Страсть содержит как романтическое влечение, так и сексуальную привлекательность. Обязательство подразумевает решение оставаться с партнёром в кратко- и в долгосрочной перспективе, совместные достижения или планы на будущее.

Разные стадии и типы любви могут быть представлены как различные сочетания этих трёх элементов; например, относительный акцент каждого компонента изменяется со временем в процессе развития взрослых романтических отношений. Отношения, основанные на единственном элементе, имеют меньше шансов на выживание, чем те, что основаны на двух или трёх элементах. Отсутствие любви представляет собой простое отсутствие всех трёх её компонентов.

Ревность – негативно окрашенное чувство, возникающее при ощущаемом недостатке внимания, любви, уважения или симпатии со стороны любимого человека, в то время как это мнимо или реально получает от него кто-то другой. Причиной ревности является чувство ущемленной гордости и ущемление прав собственности. Функция ревности – защита Я-концепции.

Психологи-эволюционисты выделяют следующие гендерные различия, способствующие переживанию ревности: мужчин, больше беспокоит

сексуальная неверность, женщин – эмоциональная (предательство интересов супруга, его любви и жизненных ценностей).

Формально все виды ревности можно разделить на две группы. *Нормальная ревность* – чувство волнения и обеспокоенности о близком человеке при недостатке информированности о его (-её) жизни. *Патологическая ревность* – ревность, с отклонением от нормы, вызывающая чувство дискомфорта, депрессию, психологические нарушения, сексуальные девиации (отклонения) и перверсии (извращения). К патологическим формам ревности можно отнести все те состояния, которые приводят к состоянию психологического дискомфорта и негативным последствиям во взаимоотношениях.

Ревность придает межличностным отношениям относительно неустойчивый напряженный характер и часто представляет угрозу для их существования.

3.6. Становление и разрыв близких отношений. В начале 1990-х гг. американский ученый М. Кнэпп разработал коммуникационную модель развития и ухудшения отношений, состоящую из десяти этапов взаимодействия[24]. Этапы отношений, которые характеризуются нарастающей близостью и усиливающейся позитивной аффилиацией, включают в себя: вступление, экспериментирование, интенсификацию, интеграцию, объединение.

На стадии вступления партнеры только узнают друг друга, происходит оценка привлекательности и доступности предполагаемого партнера. Во время экспериментирования партнеры изучают друг друга, находя общее и темы, которых следует избегать. На этой стадии обязательств мало, и они не выражены. При дальнейшем развитии отношений они усиливаются, самораскрытие делается более глубоким и интимным, партнеры становятся все более преданными друг другу и общение между ними приобретает черты уникальности. Достигнув стадии интеграции, партнеры начинают разделять между собой разные аспекты своей жизни, включая социум, частную и публичную близость (выражающиеся через знаки близости, например, кольца) и «парную» идентичность. Вербально «ты и я» превращается в «мы», начинают использоваться ласковые «прозвища». Объединение – это публичное признание, что обязательства заявлены и приняты, контракт заключен. Брак – самый публичный и официальный ритуал объединения, однако данное

[24] Нудель Е. Л. Интимно-личностный аспект в межполовых отношениях молодежи [Электронный ресурс] // Актуальные вопросы современной психологии: материалы II Междунар. науч. конф. / г. Челябинск (февраль 2013 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2013. — С. 75–77. — URL: https://moluch.ru/conf/psy/archive/81/3459/ (дата обращения: 30.06.2022).

объединение принимает множество форм и переживает различные этапы отношений. При этом отношения могут замедляться, застревать или стабилизироваться на одной из этих стадий.

Что касается распада отношений, дистанцирования, то здесь обычно определяют следующие стадии: дифференциация, ограничение, стагнация, избегание, прекращение. Эти стадии можно считать параллельными первым пяти стадиям. Каждая характеризуется ослаблением аффилиации и внимания к чувствам другого. По мере того, как отношения приходят в упадок, «мы» превращается в «ты и я», уменьшается количество и качество обмена информацией, общение затрудняется, становится стилизованным, неловким. Партнеры по возможности избегают друг друга. Прекращение – это более или менее официальное заявление, что отношения завершены.

Разрыв связей между людьми – исключительно тяжелое переживание, оказывающее серьезное деструктивное воздействие на психическое и физическое состояние.

Это не единичное событие, а многоступенчатый процесс, который включает 4 стадии (таблица 3).

Таблица 3. – Стадии (фазы) распада отношений (С. Дак)

Фаза	Ее содержание
1	2
Внутриличностная	Партнеру ничего не сообщается; по отношению к партнеру – враждебность, стремление его оценивать и сравнивать с другими; усиливается чувство вины, неопределенность, тревожность
Диадическая («Разрыв был бы желателен»)	Характерны периодически проходящие выяснения отношений между партнерами, экспериментирование со своими отношениями, активный поиск новых форм, склонность к фантазиям о будущем. Стороны решают, что следует предпринять: попытаться восстановить отношения, переопределить их или разорвать. Переопределение может заключаться в качественном изменении характера отношений (были возлюбленными – останемся друзьями). Результатом может быть как успех, так и решение о прекращении отношений
Социальная («Я намерен это сделать»)	Происходит информирование значимых людей о намерении разорвать отношения с целью заручиться их поддержкой. Между партнерами происходит постоянный переход от ссор к примирениям, актуализируется сомнение и тревога по поводу своего будущего, страх одиночества. Хотя партнеры чаще общаются, одновременно усиливается стремление возложить на другого ответственность за неудачу совместной жизни. Результатом прохождения этой фазы является собственно прекращение отношений

Окончание таблицы 3

1	2
«Отделки»	Задача этой фазы: распространение собственной версии распада, самооправдание, реинтерпретация происходящего с целью создания наиболее благоприятной и нетравмирующей истории эмоциональных отношений с партнером

Отношения могут стабилизироваться на любой из стадий, однако, если между партнерами существуют расхождения относительно стадии стабилизации (например, один хотел бы сохранить отношения на уровне поверхностного знакомства, а другой стремится к более близким отношениям), возникают трудности в общении. Индивидуальные потребности определяют и скорость, с которой каждый из партнеров готов перейти от одной стадии к другой, что еще более усложняет динамику отношений. Таким образом, межличностные отношения зависят от той энергии, которую партнеры вкладывают в них, от желания каждой из сторон что-то делать с другим и для другого.

🕑 *У победителя много друзей, и лишь у побежденного они настоящие.*

Н. Маккиавелли

🕑 *Каким смелым и самоуверенным становится тот, кто обретает убеждённость, что его любят.*

З. Фрейд

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Индивиды участвуют в общественных отношениях как представители различных общественных групп.

– Важной чертой общественных отношений является их эмоциональная основа.

– Американский психолог У. Шутц выделил три измерения межличностных отношений: присоединение (или включенность), симпатия и открытость.

– В дефицитарных отношениях главный мотив – защита от одиночества, а другие люди играют здесь роль средства.

– Аттракция – это процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего.

– Аттракции способствует взаимное вознаграждение.

– Физически привлекательный человек обычно не воспринимается как личность, превосходящая других по честности, уму и духовности.

– Виды привязанности согласно М. Эйнсворт: надежная, амбивалентная, избегающая, дезорганизованная, симбиотическая.

– Согласно теории обмена люди чувствуют себя счастливее в таких дружеских взаимоотношениях, где вознаграждения и затраты партнеров, а также их вклад в отношения приблизительно равны.

– Тремя составляющими любви, согласно трёхкомпонентной теории Р. Стенберга, являются близость, страсть и обязательства.

Практические рекомендации

Как улучшить отношения в паре

Избегайте критики друг друга

Те пары, которые умеют избежать острой критики в адрес друг друга, обсуждая спорные темы, чувствуют себя намного счастливее в браке.

Деликатно общайтесь

Часто решение проблемы переходит в ссору, поскольку один из партнеров начинает разговор с критики или претензий. Деликатный подход к началу разговора о проблеме работает намного эффективнее и приносит больше пользы в ее решении.

Уступайте друг другу

Построить крепкие отношения в семье можно при условии, если оба партнёра смогут пойти на компромисс, научатся уступать друг другу. Отношения являются настолько успешными, насколько муж готов прислушаться к желаниям своей жены. Способность мужа изменить свои планы по просьбе жены (а не наоборот) имеет решающее значение, потому что, как показывают исследования, жены уже приспособлены принимать сторону своего мужа. Истинное партнёрство достигается только тогда, когда оба супруга идут навстречу друг другу в равной степени.

Будьте уважительны

С самого начала семейной жизни требуйте к себе уважительного отношения. Наиболее успешны те пары, где супруги, ещё будучи молодоженами, отказались терпеть пренебрежительное отношение к себе. Снисходительность к капризам и плохому поведению партнера в начале отношений может только навредить семейному счастью.

Учитесь спорить

Счастливые пары научились заканчивать спор еще до того момента, когда он может выйти из-под контроля. Если спора избежать не удалось, и вы чувствуете, что обстановка начинает слишком накаляться, следует взять 20-минутный перерыв и вернуться к обсуждению вопроса, но чуть позже, когда вы оба успокоитесь.

Способы выхода из конфликтной ситуации:

– переведите спор в шуточную форму, с помощью юмора можно разрядить накалившуюся обстановку;

– обнимите и успокойте своего партнёра словами: «Я понимаю, что это трудно для тебя»;

– поддержите своего партнера, тем самым дав понять, что вы не оставите его наедине с трудностями: «Мы будем решать эту проблему вместе»;

– будьте мудрым, научитесь вовремя отступать (в браке приходится часто отступать, чтобы одержать победу).

Говорите друг другу приятное

В счастливом браке при обсуждении проблем пары говорят друг другу в пять раз больше приятных слов, чем неприятных. В хорошем браке должны быть благоприятный климат позитива и много положительных эмоций.

(По Дж. Готтману)

Практическое занятие 3

План занятия

1. Понятие межличностных и общественных отношений.
2. Виды межличностных отношений.
3. Аффилиация как потребность в социальных контактах. Особенности детской привязанности.

4. Понятие и факторы аттракции.
5. Понятие дружбы. Одиночество и его причины.
6. Любовь, ее виды. Трехфакторная теория любви Р. Стенберга. Стили любви. Ревность, ее причины и виды.
7. Становление и разрыв близких отношений.

Психологическая диагностика

Диагностика межличностных потребностей: опросник межличностных отношений У. Шутца, стилей любви (Дж. Ли).

Тематика сообщений

1. Типы привязанности у детей и взрослых.
2. Дружба в юношеском возрасте.
3. Стили любви.

Вопросы и задания для самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 3. Далее ответьте на вопросы.

1. Определите тип межличностных отношений:
   - отношения главного врача больницы и представителя министерства на производственном совещании;
   - отношения двух врачей, живущих по соседству, в нерабочее время;
   - отношения между лектором и аудиторией на конференции;
   - отношения школьных друзей на вечере встречи выпускников.
2. Посмотрите видео «Эксперимент Харлоу» (URL: https://www.youtube.com/watch?v=4bYmf6k1ZEs). Какие факторы влияют на возникновения привязанности у матери и ребенка? Как вы оцениваете эксперименты Г. Харлоу?
3. Назовите факторы формирования межличностной аттракции.
4. Как вы думаете, какой принцип в возникновении симпатии преобладает: «противоположности сходятся» или же принцип общности установок и ценностей («рыбак рыбака видит издалека»)?

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Психология социального познания: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 288 с.
2. Бриш, К. Терапия нарушений привязанности. От теории к практике. – М.: Когито-Центр, 2012. – 316 с.
3. Готтман Дж. Карта любви. – М.: ЭКСМО, 2011. – 416 с.
4. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
5. Корчагина С. Г. Психология одиночества: учеб. пособие. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2008. – 228 с.
6. Фромм Э. Искусство любить. – М.: АСТ, 2010. – 224 с.
7. Чепмен Г. Пять языков любви. – СПб.: МРО ХВЕ «Христианская миссия», 2018. – 192 с.
8. Чепмен Г. Неблагополучные браки: движение по направлению к надежде и исцелению в ваших отношениях. – СПб.: Библия для всех, 2012. – 272 с.
9. Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

Тесты для самопроверки

1. Процесс создания привлекательности и продукт этого процесса называется:
   a) идентификацией;
   b) эмпатией;
   c) аттракцией;
   d) рефлексией.

2. Синонимом понятия «межличностные отношения» является … *(дополните)*.

3. Отношения знакомства, приятельские, товарищеские, дружеские, любовные, супружеские, родственные, деструктивные выделяет:
   a) Н. Н. Обозов;
   b) У. Шутц;
   c) В. Н. Мясищев;
   d) Л. Я. Гозман.

4. Характерные черты зрелых отношений согласно И. Ялому – взаимность, активность, уважение к другому, подлинное знание о другом … *(дополните).*

5. К факторам аттракции не относится:
   a) физическая близость;
   b) сходство и комплементарность;
   c) компетентность;
   d) самовосхваление.

6. Редукция тревоги, поиск информации, социальная поддержка и снижение уровня стресса – это функции:
   a) аттракции;
   b) аффилиации;
   c) социальной поддержки;
   d) дружбы.

7. Согласно данной теории, человек стремится максимизировать выгоду и минимизировать издержки в общении:
   a) теория обмена Дж. Хоманса;
   b) теория справедливости С. Адамса;
   c) трехкомпонентная теория Р. Стенберга;
   d) теория обмана П. Экмана.

8. Включает в себя чувства сопричастности, единства, связанности согласно теории Р. Стенберга:
   a) страсть;
   b) обязательства;
   c) дружба;
   d) близость;

9. Причиной … *(дополните)* является чувство ущемленной гордости и ущемление прав собственности.

10. Информирование значимых людей о намерении разорвать отношения с целью заручиться их поддержкой характерно для фазы разрыва отношений:
   a) внутриличностной;
   b) диадической;
   c) социальной;
   d) «отделки».

Резюме темы 3

Существует *два основных вида отношений*, субъектом которых является человек: межличностные и общественные. Первые отличает от последних их эмоциональная основа.

Основой для построения межличностных отношений является аффилиативная потребность, присущая в той или иной мере каждому человеку. *Аффилиация* – потребность человека, проявляющаяся в его желании и стремлении постоянно быть с людьми, устанавливать и сохранять положительные взаимоотношения с ними. К функциям аффилиации относят редукцию тревоги, поиск информации, социальную поддержку и снижение уровня стресса. Формой детского социального поведения, близкой к аффилиации, является привязанность. Выделяют следующие типы привязанности: безопасная, амбивалентная, избегающая, дезорганизованная, симбиотическая.

В процессе развития взаимоотношений люди могут испытывать симпатию и становиться все более привлекательными друг для друга. Процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего и продукт этого процесса, т. е. некое качество отношения, рассматривается как *аттракция*. К факторам, способствующим появлению положительных эмоциональных отношений между людьми, относят физическую (пространственную) близость, физическую привлекательность, сходство и комплементарность, компетентность и взаимное вознаграждение.

Очень близкие, эмоционально положительные взаимоотношения, основанные на взаимной открытости, полном доверии, общности интересов, преданности, постоянной готовности людей в любой момент прийти друг другу на помощь называют *дружбой*. При отсутствии друзей и близких отношений, человек чувствует себя одиноким. *Одиночество* – дефицит общения и положительных отношений с окружающими. Причинами одиночества могут являться низкая самооценка, а также дефицит умений и навыков общения.

Близкие эмоциональные отношения, которые связаны с активной заинтересованностью в жизни и развитии любимого человека, с переживанием его уникальности и неповторимости определяются как *любовь.* Выделяют два ее вида: *любовь-страсть* и *любовь-дружба*. Согласно трёхкомпонентной теории любви, разработанной Р. Стернбергом, тремя составляющими любви являются близость, страсть и обязательства. Отсутствие любви подразумевает отсутствие всех этих компонентов.

Становление отношений представляет собой поэтапный процесс, по мере которого усиливается близость и аффилиация. Разрыв близких отношений – это также многоступенчатый процесс, включающий несколько стадий, по мере прохождения которых происходит ослабление аффилиации и внимания к чувствам другого.

ТЕМА 4. ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА ОБЩЕНИЯ. КОММУНИКАТИВНАЯ СТОРОНА ОБЩЕНИЯ

Лекция 4

Основные понятия: *общение, коммуникация, коммуникатор, реципиент, тезаурус, коммуникативный барьер, вербальная и невербальная коммуникация.*

4.1. Понятие, виды и структура общения.
4.2. Общение как коммуникативный процесс. Коммуникативные барьеры.
4.3. Вербальная и невербальная коммуникация.

4.1. Понятие, виды и структура общения. Межличностные отношения реализуются, проявляются и формируются в процессе общения.

Общение – сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

Исходя из определения, в общении можно выделить *три стороны*:

- коммуникация (обмен информацией);
- интеракция (организация взаимодействия и совместной деятельности);
- социальная перцепция (восприятие и познание партнерами друг друга).

В общении выделяют содержание, цель и средства. *Средства общения* – способы кодирования, передачи, переработки и расшифровки информации (например, через органы чувств, тактильные, знаковые контакты).

Виды общения:

1) *по содержанию:*
   - материальное (обмен предметами и продуктами деятельности);
   - когнитивное (обмен информацией, знаниями);
   - кондиционное (влияние на физическое или психическое состояние друг друга);
   - мотивационное (обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями);

– деятельностное (обмен действиями, операциями, умениями, навыками);

2) *по целям:*

– биологическое (необходимо для поддержания, сохранения и развития организма);

– социальное (цель – развитие межличностных отношений, личностный рост участников общения);

– духовное (цель – удовлетворение высших духовных потребностей человека, например, в познании, в самосовершенствовании);

3) *по средствам:*

– непосредственное (с помощью естественных органов, данных человеку природой, например, голосовых связок, рук, головы, туловища);

– опосредованное (с использованием специальных орудий и средств; это могут быть как природные предметы (палка, брошенный камень, след на земле) так и культурные (знаковые системы, технические устройства);

– прямое (прямые личные контакты «лицом к лицу» при помощи вербальных (речевых) и невербальных средств (жесты, мимика, пантомимика), когда информация лично передается одним из его участников другому);

– косвенное (осуществляется через других людей, выступающих в роли посредников).

Можно выделить следующие функции общения[25] (таблица 4).

Таблица 4. – Функции общения

Название функции	Содержание
1	2
Формирующая	происходит формирование и изменение психических качеств и свойств человека
Самоутверждения	в процессе общения с другими людьми человек получает возможность познать, утвердить и подтвердить себя
Внутриличностная	реализуется в общении человека с самим собой и способствует развитию рефлексии
Организующая	общение способствует организации и поддержанию межличностных отношений

[25] Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

Окончание таблицы 4

1	2
Прагматическая	отражает потребностно-мотивационные причины и реализуется в процессе взаимодействия людей и совместной деятельности; при этом само общение часто выступает самой важной потребностью
Объединения-разъединения людей	общение может настраивать людей на реализацию общих целей и намерений, объединять их в единое целое или способствовать дифференциации и изоляции личностей

В зависимости от степени личностной вовлечённости в преобразование отношений выделяют три уровня общения: социально-ролевой, деловой и интимно-личностный. На *социально-ролевом уровне общения* от человека ожидается выполнение определённой ролевой функции; демонстрация знания норм социального окружения, подтверждение себя, своего статуса; общение, как правило, носит анонимный характер. На *деловом уровне общения* людей объединяют интересы дела, совместная деятельность, поиск средств повышения эффективности сотрудничества; общение является психологически отстранённым, доминирует «Я-ВЫ» контакт. Основной целью общения на *интимно-личностном уровне* является удовлетворение потребностей в понимании, сочувствии, переживании; от партнёров ожидается психологическая близость, эмпатия, доверительность[26].

4.2. Общение как коммуникативный процесс. Коммуникативные барьеры. Коммуникация не сводится только к передаче информации: информация в условиях человеческого общения не только передается, но и формируется, уточняется, развивается.

Во-первых, общение нельзя понимать лишь как отправление информации какой-то передающей системе и ее прием другой системой, так как в отличие от простого движения информации мы имеем дело с отношением двух активных индивидов и взаимное информирование их предполагает налаживание совместной деятельности. Направляя информацию другому участнику, необходимо ориентироваться на него, т. е. учитывать его мотивы, цели, установки, обращаться к нему. Нужно также предполагать, что в ответ на посланную информацию будет получена новая информация, исходящая от другого партнера.

[26] Дыгун М. А., Лутович Т. Ф. Социальная психология в схемах, понятиях, персоналиях. – Мозырь: Содействие, 2007. – 108 с.

В коммуникативном процессе происходит активный обмен информацией. Особую роль для каждого участника общения играет значимость информации: ведь люди не просто обмениваются знаниями, но и стремятся выработать общий смысл. Это возможно, если информация не просто принята, но и понята, осмыслена, когда происходит не просто информирование, а совместное постижение предмета. Поэтому в коммуникативном процессе представлены в единстве общение, деятельность и познание.

Во-вторых, обмен информацией предполагает воздействие на поведение партнера. Эффективность коммуникации измеряется тем, насколько удалось это воздействие. При обмене информацией происходит изменение самого типа отношений, который сложился между участниками.

В-третьих, коммуникативное влияние возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (*коммуникатор*), и человек, принимающий ее (*реципиент*), обладают единой или сходной системой кодификации (все должны говорить «на одном языке»). Следует иметь в виду, что даже значение одних и тех же слов люди не всегда понимают одинаково.

Обмен информацией возможен лишь тогда, когда знаки и, главное, закрепленные за ними значения, известны всем участникам коммуникативного процесса (тогда они смогут понять друг друга). *Тезаурус* – общая система значений, понимаемых всеми членами группы. Причиной неодинакового понимания одних и тех же слов, приписывания им различных значений могут быть социальные, политические, возрастные особенности людей.

Партнёрам по общению необходимо также одинаковое понимание ситуации общения (это возможно лишь в случае включения коммуникации в некую общую систему деятельности).

В-четвертых, в условиях человеческой коммуникации могут возникать специфические *коммуникативные барьеры* – психологические препятствия на пути передачи информации. Они подразделяются на три группы.

I. Барьеры понимания:

1) фонетический (речь-скороговорка, много слов-паразитов)[27];

2) семантический (различие в системах значений участников общения);

3) стилистический (несоответствие стилей общения);

4) логический (логика коммуникатора либо сложна, либо неверна, либо противоречит присущей реципиенту манере доказательства).

---

[27] В скобках приводятся причины возникновения барьеров.

II. Барьеры социально-культурных различий вызываются социальными, возрастными, гендерными, религиозными, культурными, профессиональными различиями между людьми.

III. Барьер отношения: неприязнь, недоверие к коммуникатору распространяется на передаваемую им информацию[28]. Данный барьер может также возникать на почве противоборствующих желаний, несовместимости характеров, страдания, гнева, отвращения, презрения, страха, стыда и вины и т. д.

4.3. Вербальная и невербальная коммуникация. Передача любой информации возможна лишь посредством знаковых систем. *Вербальная коммуникация* использует в качестве знаковой системы человеческую речь. Речь является самым универсальным средством коммуникации. Она выполняет две основные функции:

1) коммуникативную (средство общения);
2) сигнификативную (форма существования мысли).

При помощи речи осуществляется кодирование и декодирование информации: коммуникатор в процессе говорения кодирует свой замысел при помощи слов, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию. Раскрытие смысла сообщения немыслимо вне ситуации совместной деятельности. Точность понимания может стать очевидной для коммуникатора лишь тогда, когда реципиент сам превратится в коммуникатора и своим высказыванием даст знать, как он раскрыл смысл принятой информации. Успешность вербальной коммуникации в случае диалога определяется тем, насколько партнеры обеспечивают тематическую направленность информации и ее двусторонний характер.

Можно ли повысить эффект речевого воздействия? Да, с этой целью используются специальные приёмы. Совокупность специальных мер, направленных на повышение эффективности речевого воздействия, называется *«убеждающей коммуникацией»*[29].

Для учёта всех переменных, включённых в процесс речевой коммуникации К. Ховландом предложена «матрица убеждающей коммуникации», которая представляет своего рода модель речевого коммуникативного процесса с обозначением его отдельных звеньев. Простейшая из такого рода

---

[28] О том, как преодолеть указанные выше барьеры, см.: Крижанская Ю. С., Третьяков В. П. Грамматика общения. – СПб.: Питер, 2005. – 280 с.

[29] Подробнее об убеждении см.: Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

моделей предложена Американским журналистом Г. Ласуэллом для изучения убеждающего воздействия средств массовой информации. *Модель коммуникативного процесса по Г. Ласуэллу* включает пять элементов:

1. **Кто?** (передаёт сообщение) – Коммуникатор.
2. **Что?** (передаётся) – Сообщение (текст).
3. **Как?** (осуществляется передача) – Канал.
4. **Кому?** (направлено сообщение) – Аудитория.
5. **С каким эффектом?** – Эффективность.

По поводу каждого элемента схемы предпринято множество исследований. Например, оратор должен обладать умением управлять вниманием слушающего, если тот оказывает сопротивление принятию информации, чем-то привлечь его, подтвердить свой авторитет, совершенствовать манеру подачи материала. Важным фактором влияния на аудиторию является взаимодействие информации и установок аудитории.

Возможны три позиции коммуникатора:

– *открытая* – коммуникатор открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения, приводит факты в ее подтверждение;

– *отстраненная* – коммуникатор держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляя противоречивые точки зрения, не исключает ориентацию на одну из них, но не заявляет об этом открыто;

– *закрытая* – коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, даже скрывает ее, прибегая к специальным мерам.

Каждая из позиций обладает определенной эффективностью для повышения эффекта воздействия, выбор ее зависит от цели и задач коммуникативного воздействия.

Чтобы полностью описать процесс взаимовлияния людей друг на друга в процессе общения, нужно обратиться к тем знаковым системам, которые включены в общение помимо речи. Если вербальный канал используется для передачи информации, то невербальный – для «обсуждения» межличностных отношений, а иногда – вместо словесных сообщений.

Невербальная коммуникация включает следующие знаковые системы:

1. *Оптико-кинетическая* (жесты, мимика, пантомимика). Моторика различных частей тела отображает эмоциональные реакции человека, придавая общению различные нюансы, которые могут быть неоднозначны в различных национальных культурах[30].

---

[30] О языке жестов в деловом общении см.: Пиз А. Язык телодвижений. – Н. Новгород: Ай Кью, 1992. – 272 с.

2. *Тактильно-кинестетическая* – «язык прикосновений», который включает поглаживание, похлопывание, рукопожатия, поцелуи. Гаптика (от греческого слова hapto – хватаю, касаюсь) – сенсорная система, включающая все виды кожной рецепции. Это синоним активного осязания, осуществляемого посредством ощупывания (обследования) объекта восприятия рукой. Гаптика изучает роль движений руки и пальцев в формировании целостного образа при отражении формы, величины, консистенции, фактуры и иных свойств объектов.

3. *Паралингвистическая система* – система вокализации (качество голоса, диапазон, тональность*). Экстралингвистическая* – включение в речь пауз, плача, смеха, покашливания, сам темп речи.

4. *Гастика* (от греч. gastras – «желудок») – язык пищи и напитков, которые человек предлагает окружающим, демонстрируя свое отношение к ним или к ситуации в целом. То, что мы потребляем и как, кто готовит, кто и как сидит за столом, потребляет пищу, представляет собой форму общения, наполненную определенным смыслом. Так, белорусы могут распознать соотечественника по предпочтению в его постоянном рационе традиционных блюд из муки, картофеля, свинины, таких как, драники, клецки, молочные супы, затирка, сало, колбасы.

5. *Ольфакторная система* основывается на обонянии индивида и отражает естественные и искусственные ароматы, такие как запах тела, духов.

6. *Организация пространства и времени коммуникативного процесса.* Проксемика (основатель Э. Холл) – специальная область, занимающаяся нормами пространственной и временной организации общения.

Рассмотрим дистанции общения, свойственные американской культуре (каждой дистанции свойственна определенная ситуация общения):

- интимная дистанция (0–45 см) – интимные и дружеские контакты, борьба, защита, общение с маленьким ребенком;
- персональная (45–120 см) – дружеская беседа, беседа в кругу семьи;
- социальная (120–400 см) – расстояние, на котором мы держимся с малознакомыми и незнакомыми людьми;
- публичная (400–750 см) – обращение к группе людей, церемонии.

По сравнению с дистанцией в западных коммуникативных культурах русская коммуникативная дистанция описывается как короткая. Русские, по наблюдениям Й. Ричмонда, часто располагаются по отношению друг к другу ближе 30 см, для американцев это некомфортно. В русской коммуникативной

традиции не запрещено деликатно дотрагиваться до лиц противоположного пола, а учителю до ученика.

Большую смысловую нагрузку несёт расположение партнёров. Например, размещение партнеров лицом к лицу способствует возникновению контакта, символизирует внимание к говорящему, в то время как окрик в спину может вызвать негативные чувства.

7. *Визуальный контакт* сообщает о готовности поддерживать коммуникацию или предотвратить ее, поощряет партнера к продолжению диалога, способствует тому, чтобы полнее обнаружить свое «я» или скрыть его.

Невербальные средства общения необходимы для того, чтобы:

– создавать и поддерживать психологический контакт;
– придавать новые оттенки словесному тексту;
– выражать эмоции, оценки, принятую роль, смысл ситуации[31].

Невербальные средства тонко скоординированы между собой и словами в целом. Следует отметить, что интерпретация невербальных сигналов является достаточно сложной и неоднозначной задачей. Установлено, что устойчивыми и однозначными являются лишь экспрессивные коды основных эмоциональных состояний человека: например, радости, страха, гнева, внимания, удивления, презрения. Остальные способы невербального кодирования зависят от множества факторов, в частности, от ситуации общения; индивидуальных особенностей проявления состояний каждым из участников общения; пола и возраста собеседников, степень значимости партнеров друг для друга; а также культурных и этнических норм выражения индивидуальных особенностей личности.

Интерпретируя невербальные сообщения, необходимо учитывать: уникальность невербального языка; неизбежность противоречий между невербальным выражением и его психологическим содержанием; изменчивость способов невербального выражения; зависимость успешности кодирования от умения человека адекватно выражать свои переживания, от уровня сформированности у него навыков кодирования невербальных сообщений.

🕑 *Красноречие – это умение сказать все, что нужно, и не больше, чем нужно.*

Франсуа де Ларошфуко

---

[31] Подробнее о функциях невербальной коммуникации см.: Практикум по социальной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Опосредованное общение – это общение через посредников.

– Коммуникация представляет собой интерсубъектный процесс.

– Коммуникативная сторона общения – это передача информации от коммуникатора к реципиенту.

– Тезаурус – общая система значений, понимаемых всеми членами группы.

– Вербальная коммуникация использует в качестве знаковой системы человеческую речь.

– Речь выполняет функции средства общения и формы существования мысли.

– Жесты, мимика и пантомимика образуют паралингвистическую систему невербальной коммуникации.

– На расстоянии 45–120 см мы общаемся с маленьким ребёнком.

Практические рекомендации

Жесты для налаживания контакта

Какие жесты можно использовать для налаживания контакта с аудиторией в процессе выступления? Прежде всего, выражение открытости и искренности, которое хорошо демонстрируется открытыми ладонями, свободной осанкой и искренней улыбкой. Для жестикуляции вполне достаточно использования кистей рук, при этом каждый жест должен быть уместным и своевременным. Так, в начале речи можно использовать жест *«внимание»* (поднятый указательный палец). Если выступающий хочет стимулировать воображение или мышление слушателей, он прибегает к жесту *«представьте себе»* или *«давайте подумаем»* (рука перед грудью, ладонь обращена к слушателям). Подводя итоги, можно применить жесты со значением *«как мы видим»*, или *«сделаем выводы»* (вращательное движение кистью руки до положения ладонью вверх и немного в стороны, пальцы слегка разведены, а локти прижаты к корпусу) или *«итак»* (вращательное движение кистью руки до положения ладонью вверх, локоть слегка прижат к корпусу). Жест *«ладонь, резко опущенная на стол»* используется, чтобы подчеркнуть завершение какой-то мысли или окончание «разгрузочной паузы». Подав корпус слегка вперёд и опираясь руками на стол, вы акцентируете

внимание на каком-то моменте, подчёркивая его важность и даже некоторую конфиденциальность.

Если человек искренен, его жесты должны быть согласованы со словами. Неконгруэнтость вербальной и невербальной коммуникации позволяет заподозрить ложь. Иными словами, лжеца выдают жесты, дисгармоничные содержанию его речевого сообщения.

(По И. Н. Андреевой)

Как слушать других

Слушатели людям нужны разные: в одних ситуациях молчаливые и сочувствующие, в других – деятельные и готовые дать совет. Поэтому выделяют два вида эффективного слушания: рефлексивное и нерефлексивное.

Нерефлексивное слушание (внимательное молчание) применяется на этапах постановки проблемы, когда она только формулируется говорящим, а также когда говорящий хочет «излить душу», выразить свои эмоции. Внимательное молчание подразумевает слушание с активным использованием невербальным средств – кивков, мимических реакций, контакта глаз и поз внимательного интереса. Используются также и речевые приёмы типа повторения последних слов говорящего («Зеркало»), междометий («Угу-поддакивание»).

Рефлексивное слушание используется в ситуациях, когда говорящему необходима не столько эмоциональная поддержка, сколько помощь в решении определённых проблем. В данном случае используются следующие приёмы обратной связи: открытые и закрытые вопросы по теме разговора, парафраз (перефразирование слов собеседника, позволяющее изложить ту же мысль другими словами), резюмирование и изложение промежуточных выводов по беседе.

(По М. Р. Битяновой)

Практическое занятие 4

План занятия

1. Понятие, виды и структура общения.
2. Общение как коммуникативный процесс. Коммуникативные барьеры.
3. Вербальная и невербальная коммуникация.
4. Приемы оптимизации общения. Рефлексивное и нерефлексивное слушание.

Психологическая диагностика

Диагностика коммуникативных и организаторских способностей (КОС-2)[32].

Тематика сообщений

1. Язык жестов в деловом общении
2. Приемы «убеждающей коммуникации»

Вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы студентов

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 4.

1. *Попрактикуйтесь в понимании языка невербальной коммуникации.* Выберите однополую и разнополую пары (в фойе на перерыве, в кафе и т. д.) и зарегистрируйте элементы невербальной коммуникации между ними по следующей схеме:

Объекты наблюдения	I пара		II пара	
	I собеседник	II собеседник	I собеседник	II собеседник
1. Особенности визуального контакта. 2. Дистанция между говорящими. 3. Частота прикосновений. 4. Позы. 5. Ориентация тела. 6. Мимика. 7. Жесты				

Наблюдения следует проводить на достаточной дистанции, чтобы не слышать слов собеседников: их продолжительность 15–20 мин. Затем в спокойной обстановке проанализируйте ваши записи, опишите сходство и различия в стиле взаимодействия. *Не возникает ли у вас соблазн*

[32] Методику КОС-2 см.: Рабочая книга практического психолога: технология эффективной профессиональной деятельности: пособие для специалистов, работающих с персоналом. – М.: Изд. дом «Красная площадь», 1996. – С. 281–283.

наделить своих персонажей вербальными текстами? Если да, то примерно какими словами?

2. В общении наряду с речевыми средствами широко используются невербальные источники информации о партнере – мимика, пантомимика, жесты, вегетативные проявления и др. Так, например, непринужденная осанка собеседника может свидетельствовать о готовности слушать. Ниже приведены различные невербальные проявления:

- движения человека порывисты, говорит он громко;
- дрожание рук;
- полностью поднятая голова;
- набок склоненная голова;
- взгляд сверху;
- полностью обращенное лицо к собеседнику с взглядом на него;
- покраснение лица;
- прикосновение руки к плечу собеседника;
- слушатель подпирает голову рукой.

Попытайтесь «прочесть» их значение[33]. Можете посмотреть с этой целью видео «Детектор лжи. Жесты» (URL: https://www.youtube.com/watch?v=c2_MqT-jciE).

Творческие задания

1. У вас есть стол, два стула, диван, шкаф, окно со шторой, лампа, торшер, ваза с цветами. Разместите на рисунке эти предметы таким образом, чтобы среда общения соответствовала разговору с неприятным для вас человеком; с человеком, к которому вы настроены дружески; с человеком, которого вы любите, для делового общения.

2. Почти в каждом художественном произведении есть события, связанные с преодолением человеком внешних и внутренних препятствий в общении. Так, например, роман английского писателя Д. Чейза «Капкан» почти весь построен на развитии следующей ситуации.

> Итальянец Фанчино – председатель комиссии по восстановлению разрушенных войной церквей в Ломбардии – попал в автомобильную катастрофу. У него переломан позвоночник и поврежден спинной мозг. Были и другие ужасные повреждения. Он не двигается, не владеет ко нечностями, не говорит. Чтобы скрасить его жизнь, близкие читают ему книги, рассказывают.

[33] См. книги А. Пиза, В. А. Пронникова, А. Ю. Панасюка, Дж. Фаста и др., посвящённые языку жестов.

При чтении, как пишет автор, «в его глазах загорались удивление и интерес», а всё, о чем рассказывают «вызывает у него самый живой отклик».

Жену (она была второй его женой) жизнь с таким мужем не устраивала. Была и другая причина избавиться от него: она желала поскорее завладеть всем его богатством. Будучи в пьяном состоянии, она сообщает мужу, что на его глазах будет убита неродная ей дочь Валерия, а затем, пару дней спустя, и его найдут мертвым. «Впереди четыре дня, и ты ничего не можешь сделать. Ты не можешь никому сказать, ты не можешь предупредить Валерию, ты, черт, вообще ничего не можешь».

Мог ли этот больной сообщить что-либо другому человеку о предстоящей трагедии? Если да, каким образом?

3. Сравните, как реагируют на сокращение дистанции при одних и тех же обстоятельствах (например, в лифте, перед расписанием, перед доской объявлений) ваши знакомые, близкие и малознакомые люди. Проследите, какие физические барьеры они используют для увеличения дистанции.

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.
3. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: АСПЕКТ-Пресс, 2007. – 517 с.
4. Браим И. Н. Культура делового общения: учеб. – Минск: Экоперспектива, 2000. – 174 с.
5. Войт О. В., Смирнова Ю. С. Секретная психология. – Минск: Соврем. шк., 2006. – 544 с.
6. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.
7. Курбатов В. И. Искусство управлять общением. – Ростов н/Д: Феникс, 1997. – 350 с.
8. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.
9. Мишаткина Т. В., Бороздина Г. В. Культура делового общения. – Минск: Союз НПК РБ, 1997. – 283 с.

10. Панасюк А. Ю. А что у него в подсознании (12 уроков по психотехнологии проникновения в подсознание собеседника). – М.: Дело, 1996. – 272 с.

11. Пиз А. Язык жестов. – Н. Новгород: Ай Кью, 1992. – 262 с.

12. Практикум по социальной психологии; под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

13. Пронников В. А., Ладанов И. Д. Язык мимики и жестов. – М.: Стелс, 2001. – 216 с.

14. Фомин Ю. А. Психология делового общения. – Минск: Амалфея, 2000. – 384 с.

15. Шейнов В. П. Психология и этика делового контакта. – Минск: Амалфея, 1996. – 384 с.

16. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

17. Шейнов В. П. Социально-психологические основы менеджмента: учеб. пособие. – Минск: РИВШ БГУ, 2001. – 159 с.

Тесты для самопроверки

1. В общении можно выделить три стороны *(дополните)*:
   - коммуникация (? …);
   - ? … (организация взаимодействия);
   - социальная перцепция (восприятие и познание друг друга партнерами).

2. Общая система значений, понимаемых всеми членами группы – это:
   a) тезаурус;
   b) словарь;
   c) аттракция;
   d) каузальная атрибуция.

3. Паралингвистическая система включает:
   a) жесты, мимику, пантомимику;
   b) движения глаз;
   c) систему вокализации;
   d) включение в речь пауз, плача, смеха, покашливания, сам темп речи.

4. Недоверие к коммуникатору, распространяемое на передаваемую им информацию, служит причиной барьеров:

a) понимания;
b) социально-культурного различия;
c) отношения.

5. Экстралингвистическая система включает:

a) жесты, мимику, пантомимику;
b) качество голоса, диапазон, тональность;
c) паузы, плач, смех, покашливание, темп речи.

6. Барьер, вызываемый различием тезаурусов собеседников, называется:

a) фонетический;
b) логический;
c) семантический;
d) стилистический.

7. Невербальная коммуникация включает следующие знаковые системы: … *(дополните).*

8. Возможны три позиции коммуникатора: открытая, закрытая, … *(дополните).*

9. Совокупность специальных мер, направленных на повышение эффективности речевого воздействия, называется:

a) проксемика;
b) семантика;
c) коммуникационная убедительность;
d) убеждающая коммуникация.

10. Невербальные средства общения необходимы для того, чтобы *(что здесь лишнее?):*

a) создавать и поддерживать психологический контакт;
b) придавать новые оттенки словесному тексту;
c) усиливать манипулятивное влияние на собеседника;
d) выражать эмоции, оценки, принятую роль, смысл ситуации.

Резюме темы 4

Общение – сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека. В нём можно выделить три стороны: коммуникацию (обмен информацией), интеракцию (организацию взаимодействия и совместной деятельности) и социальную перцепцию (восприятие и познание партнёрами друг друга).

В процессе коммуникации происходит не просто передача информации, но и активный обмен ею. Для взаимопонимания важно, чтобы участники коммуникации использовали одинаковый тезаурус. В процессе обмена информацией могут возникать коммуникативные барьеры, среди которых выделяют барьеры понимания, отношения и социально-культурного различия.

В процессе передачи информации используются две системы коммуникации: вербальная (т. е. речь) и невербальная (жесты, мимика, пантомимика, прикосновения, запахи и т. д.). Если вербальный канал используется для передачи информации, то невербальный – для «обсуждения» межличностных отношений, выражения эмоций, оценок, принятой роли, смысла ситуации, придания новых оттенков вербальному сообщению.

ТЕМА 5. ИНТЕРАКТИВНАЯ И ПЕРЦЕПТИВНАЯ СТОРОНЫ ОБЩЕНИЯ

Лекция 5

Основные понятия: *интеракция, кооперация, конкуренция, межличностная перцепция, идентификация, рефлексия, эмпатия, обратная связь, каузальная атрибуция, эффекты восприятия, стереотип, стереотипизация, предубеждение, аттракция, самоподача.*

5.1. Место взаимодействия в структуре общения. Основные теории, объясняющие взаимодействие.
5.2. Типы и стили взаимодействия.
5.3. Понятие социальной и межличностной перцепции. Механизмы межличностного восприятия.
5.4. Эффекты межличностного восприятия.
5.5. Самоподача как механизм социального восприятия.

5.1. Место взаимодействия в структуре общения. Основные теории, объясняющие взаимодействие. Общение всегда предполагает некоторый результат – изменение поведения и деятельности других людей. В ходе совместной деятельности для ее участников важно не только обменяться информацией, но и организовать «обмен действиями», спланировать совместное действие. При этом планирование действия одного индивида может регулироваться планами, созревшими в голове другого. Такое регулирование делает деятельность действительно совместной.

Интерактивная сторона общения – это условный термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны с взаимодействием людей, с организацией их совместной деятельности. Это та сторона общения, которая фиксирует организацию совместных действий, позволяющих партнерам реализовать некую общую для них деятельность.

Существует несколько теорий, объясняющих межличностное взаимодействие.

Согласно *теории обмена* Дж. Хоманса люди стремятся уравновесить вознаграждения и затраты, чтобы сделать взаимодействие устойчивым и приятным. Поведение конкретного человека при этом зависит от того, вознаграждались ли его поступки в прошлом.

С позиции *теории символического интеракционизма* Дж. Мида поведение людей по отношению друг к другу и предметам окружающего мира определяется значением, которое они им придают. Взаимодействие между людьми рассматривается как непрерывный диалог, в процессе которого люди наблюдают, осмысливают намерения друг друга и реагируют на них.

Теория управления впечатлениями Э. Гофмана утверждает, что ситуации социального взаимодействия напоминают драматические спектакли, в которых актёры стремятся создать и поддерживать благоприятные впечатления.

В рамках *психоанализа* З. Фрейда межличностное взаимодействие в основном определяется представлениями, усвоенными в раннем детстве, и конфликтами, пережитыми в этот период. Люди создают социальные группы и остаются в них, потому что испытывают чувство преданности и покорности лидерам. Мы отождествляем лидеров с могущественными личностями, которых в детстве олицетворяли наши родители.

С точки зрения *транзактного анализа*[34] Э. Бёрна, каждый участник взаимодействия может занимать одну из трёх позиций: Родитель (Р), Взрослый (В), Ребёнок (Д). Эти позиции не связаны с соответствующими социальными ролями, они представляют собой психологическое описание стратегии во взаимодействии.

Транзакции – это взаимодействия определённых позиций. Они могут быть:

– дополнительными (партнёры адекватно воспринимают позиции друг друга, понимают ситуацию одинаково и производят свои действия в одном и том же направлении);

– пересекающимися (партнёры реагируют не с той позиции, которая предполагалась, а с другой, обнаруживая при этом, с одной стороны, неадекватность понимания и действий партнёра, с другой – ярко проявляя собственные намерения и действия);

– скрытыми (включают два уровня: явный, выраженный словесно, и скрытый, подразумеваемый).

Например, жена говорит мужу: «Я порезала палец» (В–В). Муж может отреагировать так: «Сейчас перевяжем» или так: «Вечно у тебя что-нибудь случается!» (Р–Д), или даже так: «Что же мы теперь будем делать?» (первая

[34] Теорию транзактного анализа см.: Бёрн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Бомбора, 2020. – 576 с.

транзакция – дополнительная, вторая и третья – пересекающиеся, они неэффективны и могут привести к конфликту).

Использование транзактного анализа взаимодействия позволяет лучше понять события, позиции участников, их намерения, перестроить общение таким образом, чтобы получить нужный результат.

5.2. Типы и стили взаимодействия. Выделяют следующие типы взаимодействия.

1. *Кооперация* – координация единичных сил участников. Кооперация – необходимый элемент совместной деятельности. А. Н. Леонтьев приводит следующие основные черты совместной деятельности:

- разделение единого процесса деятельности между участниками;
- изменение деятельности каждого, так как результат деятельности каждого не приводит к удовлетворению его потребности[35].

Важным показателем тесного «кооперативного» взаимодействия является включенность в него всех участников процесса.

2. В случае *конкуренции* наблюдаются взаимодействия, расшатывающие совместную деятельность, представляющие препятствия для нее. Наиболее яркое проявление – конфликт.

При анализе различных типов взаимодействия важна проблема содержания деятельности, в рамках которой даны те или иные типы взаимодействия. При исследовании как кооперативных, так и конкурентных форм взаимодействия нельзя рассматривать их вне общего контекста деятельности, вне содержания деятельности.

Конкретным содержанием различных форм совместной деятельности является определенное соотношение индивидуальных «вкладов», которые делаются участниками. Здесь можно выделить три модели:

1) когда каждый участник делает свою часть общей работы независимо от других – *«совместно-индивидуальная деятельность»* (производственная бригада, у каждого члена – свое задание);

2) когда общая задача выполняется последовательно каждым участником – *«совместно-последовательная деятельность»* (конвейер);

3) одновременное взаимодействие каждого участника со всеми остальными – *«совместно-взаимодействующая деятельность»* (спортивная команда, научные коллективы, конструкторские бюро).

---

[35] Основные признаки совместной деятельности см.: Шевандрин Н. И. Социальная психология в образовании: учеб. пособие. – М.: Владос, 1995. – Ч. 1: Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – 424 с.

Для эффективного взаимодействия важны адекватное понимание ситуации и адекватный стиль действия в ней. Каждая ситуация диктует свой стиль поведения и действий, в каждой из них человек по-разному подает себя, и если эта самоподача неадекватна, взаимодействие затруднено. Различают три основных стиля взаимодействия: ритуальный, манипулятивный, гуманистический.

Ритуальный стиль обычно задан некоторой культурой (стиль приветствий, вопросов при встрече, любые ритуализированные ситуации: день рождения, свадьба, юбилей), его целью является поддержание связей с социумом, представления о себе как о члене общества[36]. Для него характерно преувеличенное внимание к форме общения, к соблюдению правил и пренебрежение содержанием.

Человек, использующий *манипулятивный* стиль, стремится контролировать других людей или использовать их в качестве «средств» для достижения своих целей[37]. При этом другой рассматривается как совокупность функциональных качеств, которые могут пригодиться при достижении цели манипулятора.

Общение при *гуманистическом* стиле предполагает честность, терпимость, доверие, осознание себя и окружающих, конгруэнтность опыта, осознания и поведения. Результатом общения является совместное изменение представлений партнёров, определяемое глубиной общения[38].

5.3. Понятие социальной и межличностной перцепции. Механизмы межличностного восприятия. В процессе общения необходимо взаимопонимание между партнерами. Для его установления важно, как воспринимается партнер по общению. Процесс восприятия одним человеком другого может быть условно назван *перцептивной стороной общения.*

Говоря о восприятии человека человеком, следует различать:

– *социальную перцепцию* (восприятие социальных объектов: людей, социальных групп, больших социальных общностей);

---

[36] Особенности ритуального стиля общения см.: Бёрн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. – М.: Бомбора, 2020. – 576 с.

[37] Типы манипуляторов см.: Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор. – Минск, Полифакт, 1992. – 128 с.

[38] Подробнее о стилях взаимодействия см.: Крижанская Ю. С., Третьяков В. П. Грамматика общения. – СПб.: Питер, 2005. – 280 с.

– *межличностную перцепцию* (межличностное восприятие человека человеком), включающую восприятие физических и поведенческих характеристик объекта, формирование представлений о его намерениях, мыслях, эмоциях и т. д., познание другого человека, формирование представления о тех отношениях, которые связывают субъект и объект восприятия).

В общем, можно сказать, что восприятие другого человека означает восприятие его внешних признаков, соотнесение их с личностными характеристиками воспринимаемого индивида и интерпретацию на этой основе его поступков. На основе внешних данных и поведения другого человека мы «читаем» другого человека, пытаемся понять его намерения и поступки.

Впечатления, которые возникают при восприятии другого человека, играют важную регулятивную роль в процессе общения. Во-первых, потому что, познавая другого, формируется и сам познающий индивид. Во-вторых, потому что от меры точности прочтения другого человека зависит успех организации с ним согласованного действия.

Представление о другом человеке связано с уровнем собственного самосознания следующим образом:

– богатство представлений о самом себе определяет и богатство представлений о другом человеке;

– чем более полно раскрывается другой человек, тем более полно становится представление о самом себе.

Л. С. Выготский писал: «Личность становится для себя тем, что она есть в себе через то, что она представляет для других». Индивид соотносит себя с другими не вообще, а в рамках широкой социальной деятельности, в выработке совместных решений. В ходе познания другого человека осуществляется несколько процессов: и эмоциональная оценка другого, и попытка понять строй его поступков, и стратегия изменения его поведения, и построение стратегии своего поведения. Поскольку здесь в процесс познания включены два активных индивида, сопоставление себя с другими осуществляется как бы с двух сторон: каждый из партнеров уподобляет себя другому и должен принимать в расчет не только мотивы, потребности, установки другого, но и то, как этот другой понимает его собственные мотивы, намерения, установки.

Механизмы межличностного восприятия можно подразделить на три группы.

1. **Механизмы познания и понимания людьми друг друга:**

– *идентификация* – отождествление себя с другим, уподобление себя ему (для этого нужно «поставить себя на его место»);

– *эмпатия* – внерациональное познание человеком внутреннего мира других людей (чувствование), аффективное понимание другого;

– *аттракция* – познание другого на основе позитивного отношения к нему.

2. **Механизм познания самого себя в общении** называется *рефлексией.* Рефлексия представляет собой осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению (как «другой» будет понимать меня).

3. **Механизмом прогнозирования поведения партнёра по общению** является *каузальная атрибуция* – приписывание партнёру по общению причин поведения (а также намерений, чувств, качеств личности).

Г. Келли выделяет несколько типов атрибуции:

– *личностная* (причина приписывается субъекту, совершившему поступок);

– *объектная* (причина приписывается объекту, над которым совершается действие, т. е. виновником ситуации становится некий сторонний объект или предмет);

– *обстоятельственная* (причина приписывается обстоятельствам или условиям, в которых осуществлялось данное поведение).

Выбор типа атрибуции зависит от того, выступает ли субъект восприятия участником какого-либо события или его наблюдателем. Участник в большей мере склонен объяснять происшедшее обстоятельствами, а наблюдатель чаще использует личностную атрибуцию. При изучении каузальной атрибуции выявлено, что причину успеха люди чаще всего приписывают себе (личностная атрибуция), а причину своей неудачи – обстоятельствам (обстоятельственная атрибуция). Успех окружающих мы чаще всего объясняем обстоятельствами, а их неудачи – их личностными качествами[39].

Важным фактором повышения точности восприятия другого человека является получение от него обратной связи, благодаря которой общение приобретает психологический подтекст. *Обратная связь* – это информация о том, как реципиент воспринимает коммуникатора, как оценивает его поведение и слова.

---

[39] О каузальной атрибуции см.: Майерс Д. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.; Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

5.4. Эффекты межличностного восприятия. При восприятии людьми друг друга возникают различные эффекты.

Эффект ореола («галоэффект») заключается в том, что первоначальное отношение к какой-то одной стороне личности распространяется на весь образ человека, а затем общее впечатление о человеке переносится на оценку его отдельных качеств. Это означает, что при формировании первого впечатления о человеке общее позитивное впечатление о нём приводит к переоценке, а негативное впечатление – к недооценке неизвестного человека. Примерами проявления эффекта ореола являются *три фундаментальные ошибки межличностного восприятия:* превосходства, привлекательности и отношения к нам. Так, при встрече с человеком, превосходящим нас по какому-либо важному параметру, мы оцениваем его несколько более положительно, чем если бы он был нам равен. Если мы имеем дело с человеком, которого мы в чём-то превосходим, то мы недооцениваем его. Если человек нам нравится внешне, то мы склонны считать его хорошим, умным, интересным. Люди, которые нас любят, кажутся нам лучше тех, которые плохо к нам относятся.

Эффект первичности. Предъявленная ранее информация преобладает над информацией, полученной позднее, при составлении впечатления (обычно при восприятии незнакомого человека). Так, у школьников в начале года получивших хорошие оценки, а затем переставших работать, больше шансов оставить у учителя хорошее впечатление, чем у их одноклассников, чьи посредственные результаты в начале года сменились неуклонным прогрессом, продолжавшимся до конца года.

В ситуации восприятия знакомого человека срабатывает *эффект новизны*: более значимой оказывается последняя, т. е. новая информация.

Эффект порядка заключается в том, что на формирование представления о человеке оказывает влияние порядок поступления информации о нём.

Эффект проекции означает, что приятному собеседнику мы склонны приписывать свои достоинства, а неприятному – собственные недостатки.

Эффект средней ошибки проявляется в том, что мы склонны смягчать оценки наиболее ярких особенностей партнёра по общению в сторону средних показателей.

Все эти эффекты можно рассматривать как проявление стереотипизации. *Стереотип* – это некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным штампом («сокращением»)

при взаимодействии с этим явлением. *Стереотипизация* представляет собой процесс приписывания сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы или общности без достаточного сознания возможных различий между ними. Часто стереотипы касаются групповой принадлежности, профессии другого человека («все учительницы назидательны» и т. д.). Распространенными являются этнические стереотипы.

Существует точка зрения, что стереотипы возникают на базе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления делать выводы на базе ограниченной информации. Однако реальным носителем стереотипов является социальная группа. Стереотип может адекватно использоваться только в межгрупповых отношениях для быстрой ориентировки в ситуации и определения людей как представителей различных групп.

Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга ведет к двум следствиям:

– к упрощению познания другого человека (это помогает сокращать процесс познания, хотя и не способствует созданию точного образа);

– к возникновению предубеждения. *Предубеждение* отличается от стереотипа: стереотип является обобщением, предубеждение предполагает еще и суждение в терминах «хороший», «плохой», которое мы выносим о других людях, даже не зная ни их самих, ни мотивов их поступков. Особенно подвержены предубеждениям люди с авторитарным типом личности. Предубеждения мешают разглядеть за одинаковыми ярлыками, приклеенными разным людям, их индивидуальность.

5.5. Самоподача как механизм социального восприятия. Каждый участник общения может активно влиять на восприятие партнёра. Именно эта способность вмешательства в процесс формирования своего образа у партнёра называется *самоподачей* (или *самопрезентацией*). Самоподача заключается в умении направить восприятие партнёра по определённому пути. Для этого необходимо привлечь внимание к тем особенностям своего внешнего облика или своего поведения, которые запускают соответствующие механизмы социального восприятия. Иными словами, самоподача состоит в управлении вниманием партнёра.

Можно выделить несколько видов самоподачи.

Самоподача превосходства. Чтобы быть эффективной, она должна опираться на некоторые объективные признаки, знаки превосходства –

одежду, манеру речи и поведения. Превосходство часто демонстрируется через стоимость, силуэт и цвет одежды. Сложнее акцентировать превосходство в манере поведения. Здесь его признаком является независимость суждений и поведения.

Самоподача привлекательности. Привлекательными нас делает не одежда сама по себе, а та работа, которая затрачена нами на её приведение в соответствии с нашими внешними данными. Иными словами, привлекательности способствует вкус в одежде, умение выбрать её в соответствии с особенностями физического облика.

Самоподача отношения происходит гораздо более осознанно. Способы её можно подразделить на вербальные и невербальные. К вербальным способам относят, например, умение проявлять внимание к собеседнику, говорить комплименты, найти общую тему для разговора, где точки зрения заведомо совпадают. Арсенал невербальных средств разнообразен: кивок головы, улыбка, открытый взгляд, поза, проявления расположения к партнёру.

Самоподача актуального состояния и причин поведения. Иногда люди специально подчёркивают внешние признаки взволнованности, удрученности, чтобы собеседник проникся нашим состоянием. Отрицательная самоподача – сокрытие своих чувств («не дрогнув своим мужественным лицом…»). Когда человек действительно заинтересован в партнёре, то он должен избавляться от отрицательной самоподачи и вести себя раскованно и непринуждённо.

«Я не виноват, потому что…», «Так сложились обстоятельства…», «Я был вынужден…» – простые средства самоподачи причин собственных действий. Долговременная самоподача «мне всегда не везёт» приводит к тому, что окружающие, интерпретируя поведение человека, приписывают его причины обстоятельствам. Самоподача «мне всегда везёт» приводит к личностной атрибуции.

Самоподача влияет на общение всегда, независимо от того, как люди к ней относятся. Недоучёт её влияния является непростительной ошибкой.

🕑 *Мы бы меньше заботились о том, что думают о нас люди, если бы знали, как мало они о нас думают.*

Энн Ландерс

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Согласно теории обмена Дж. Хоманса, поведение людей по отношению друг к другу и предметам окружающего мира определяется значением, которое они им придают.

– В рамках психоанализа З. Фрейда межличностное взаимодействие в основном определяется представлениями, усвоенными в раннем детстве, и конфликтами, пережитыми в этот период.

– С позиции теории символического интеракционизма Дж. Мида люди стремятся уравновесить вознаграждения и затраты, чтобы сделать взаимодействие устойчивым и приятным.

– Транзакции – это взаимодействия определённых позиций в рамках теории Э. Бёрна.

– Кооперация – более продуктивный тип взаимодействия, чем конкуренция.

– Целью использования манипулятивного стиля является поддержание связей с социумом, представления о себе как о члене общества.

– Общение при гуманистическом стиле предполагает конгруэнтность опыта, осознания и поведения.

– Идентификация – осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению.

– Участник события чаще использует обстоятельственную, а наблюдатель – личностную атрибуцию.

– Эффект новизны срабатывает в ситуации восприятия незнакомого человека.

– Предубеждение в отличие от стереотипа содержит в себе не только обобщение, но и эмоциональную оценку.

– Превосходство в манере поведения проявляется в независимости суждений и поведения.

Практические рекомендации

Как давать обратную связь

Говорите о поведении партнёра, но не о его личности. Так, оценивая поведение партнёра, можно сказать: «В этой ситуации ты выглядел нелепо», но бестактно заявить: «Ты смешон». Ещё лучше просто описать поведение

другого человека в тот или иной момент времени и предоставить ему возможность самому сделать вывод.

Не нужно быть категоричным. Слова типа «Ты всегда…», «С тобой никогда…» вызывают защитную реакцию собеседника и отторжение обратной связи. Иными словами, всё, что сказано после подобных суждений встречается собеседником «в штыки». Кроме того, такие утверждения чаще всего лживы. Вряд ли на самом деле партнёр «никогда» (не слушает, не проявляет заботы…) или «всегда» (зол, эгоистичен…).

Говорите больше о том, что происходит сейчас или было недавно. Не упоминайте далёкого прошлого. Дайте возможность партнёру меняться в лучшую сторону, не ввергайте его в бездну прошлых ошибок.

Говорите о том, что может помочь вашему партнёру, что он мог бы при желании изменить, а не то, что даёт вам эмоциональную разрядку. Избавьтесь от привычки в случае неудачи превращать партнёра в «мальчика для битья».

Обратную связь нужно давать тогда, когда у партнёра есть время её осмыслить. Выберите подходящее время, место и ситуацию. Обратной связи должно быть немного, в избыточном количестве она утомляет и быстро забывается.

Старайтесь давать как можно меньше советов. Лучше высказывайте свои соображения, как бы делясь мыслями, чувствами и информацией с партнёром.

В практике социально-психологического обучения широко применяется эффективная техника обратной связи, которая называется «формулой Я-сообщения». Она представляет собой высказывание, которое строится по следующей схеме:

Когда ты … (даётся описание конкретного поведения партнёра).

Я чувствую …(называются чувства).

Потому что… (описывается, как представляются говорящему причины данных переживаний).

Я хочу… (какие изменения в поведении и словах были бы желательны для говорящего).

(По М. Р. Битяновой и Н. И. Шевандрину)

Практическое занятие 5

План занятия

1. Место взаимодействия в структуре общения. Основные теории, объясняющие взаимодействие.
2. Типы и стили взаимодействия.
3. Понятие социальной и межличностной перцепции. Механизмы межличностного восприятия.
4. Эффекты межличностного восприятия.
5. Самоподача как механизм социального восприятия.

Тематика сообщений

1. Стратегии и тактики личного влияния.
2. Мотивация альтруистического и агрессивного поведения.

Психологическая диагностика

Диагностика уровня эмпатии В. В. Бойко[40].

Вопросы и задания для самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 5. Далее ответьте на вопросы.

1. Какие ритуальные формы выхода из ситуации вы можете предложить, если ваш гость допустил бестактность в отношении присутствующего здесь же близкого вам человека?
2. Сравните мужские и женские комплименты. Насколько, по вашему мнению, принципиально различие между ними?
3. О каком социально-психологическом явлении идёт речь?

> «Бабушка постоянно сидит с внуком – ну что ж, ей это очень нравится, ведь она же бабушка. Жена постоянно по вечерам скандалит – она так устаёт на работе. Она всегда в плохом настроении и в выходные дни (устаёт от детей), и в отпуске (устаёт от солнца, ничегонеделания)».

---

[40] См.: Практикум по социальной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с. или Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2002. – 512 с.

На самом деле бабушка сидит с внуком через силу, она хочет выйти замуж, и внук мешает её личному счастью. Жена всем недовольна дома, потому что она полюбила другого.

(По Ю. С. Крижанской, В. П. Третьякову)

4. В одном из экспериментов изучали, как наличие очков влияет на восприятие их обладателя. Оказалось, что люди в очках воспринимались испытуемыми как более серьезные, умные и прилежные, чем когда они были без очков. Какой механизм лежит в основе такого восприятия? Какое значение он имеет в жизни человека?

5. О каком из эффектов восприятия идёт речь в приведённой ниже цитате из «Крейцеровой сонаты» Л. Н. Толстого?

> «Удивительное дело, какая бывает полная иллюзия того, что красота есть добро. Красивая женщина говорит глупости, ты слушаешь и не слышишь глупости, а слышишь умное. Она говорит, делает гадости, а ты видишь что-то милое. Когда же она не говорит ни глупостей, ни гадостей, а красива, то сейчас же уверяешься, что она чудо как умна и нравственна».

6. Вспомните ваших самых близких друзей. Что вам больше всего нравится в них? Чем эти люди отличаются от других ваших знакомых?

7. О каком виде самоподачи идёт речь в приведённом ниже отрывке?

> «Щёголь вовсе не пустой человек: он показывает всему свету, что на него поработало много людей, что над его причёской трудились лакей и парикмахер … И это не простая блажь, красивая упряжь, нет, это знак того, что у него много рук. А чем больше у человека рук, тем он сильнее. Щёголь сильный человек» (Ж. де Лабрюйер).

Творческие задания

1. Интерпретация личности по внешности. Ответьте, кто может так выглядеть:

   – худощавая женщина, очки в роговой оправе, строгое тёмное платье с белым кружевным воротником, гладкие волосы, стянутые назад в узел;
   – длинноволосый молодой человек – в ухе серьга, в руках гитара;
   – полный мужчина средних лет в мятом костюме с атташе-кейсом;
   – высокий молодой человек: военная выправка, короткая стрижка, строгий костюм, свежая рубашка, начищенная обувь;

– мускулистый, гладко выбритый молодой человек в спортивной одежде и кожаной куртке;

– полная женщина средних лет в юбке и шерстяной кофте, с большой кожаной сумкой, наполненной продуктами.

2. Анализ фрагмента текста (см. ниже). Ответьте на следующие вопросы:

– Какие эффекты межличностного восприятия проявляются в поведении описанных героев?

– В каких фразах текста находят отражение атрибутивные процессы при межличностном восприятии?

– Как влияли установки и ожидания героев на их поведение?

– Какие виды самопрезентации отмечаются у главного героя произведения?

Патрик Зюскинд. Сражение

Ранним вечером в августе, когда большинство посетителей уже покинули парк, в павильоне северо-западной части Люксембургского сада остались двое мужчин, сидевших друг против друга за шахматной доской. Дюжина зрителей наблюдала за партией с таким напряженным вниманием, что, несмотря на приближение часа аперитива, никто из них не собирался покидать место действия до окончания схватки.

Интерес завсегдатаев павильона вызвал игрок, предложивший партию, – молодой брюнет с бледным лицом и фанатичными темными глазами. Он не говорил ни слова, лишь время от времени вертел в пальцах незажженную сигарету, и вообще являлся воплощением небрежно-снисходительной элегантности. Никто не знал его, никто никогда не видел, как он играет. И все же с первого мгновения, с того момента, когда он, бледный, вдохновенный, безмолвный, сел за доску и начал расставлять фигуры, все ощутили исходящую от него энергию, и каждого захватило чувство уверенности, что они видят перед собой совершенно исключительную, гениально одаренную, великую личность.

Возможно, причиной тому была всего лишь привлекательность и одновременно отстраненность молодого человека, или элегантность его костюма, или его стройность и статность, или спокойствие и уверенность, сквозившие в манерах, или окружавшая его аура экзотичности – во всяком случае, еще прежде, чем он двинул первую пешку, публика успела твердо увериться, что человек этот – первоклассный шахматист, который наконец-то совершит чудо, столь давно ожидаемое всеми, а именно побьет местного чемпиона.

Именно это и предвкушали зрители: наконец-то появился маэстро, который положит на лопатки старого матадора, – ах, да что там! – ход за ходом разгромит его, растопчет, разнесет в пух и прах, заставит наконец испытать всю горечь поражения, отомстит ему за все наши проигрыши!

Начало партии протекало обычным образом. Затем последовали два размена пешек, причем после второго у черных на одной линии осталась сдвоенная пешка, что, в общем-то, считалось невыгодным. Однако же было очевидно, что незнакомец совершенно сознательно допустил сдвоенную пешку, чтобы затем освободить проход для ферзя. Ту же цель явно имела и последовавшая затем жертва пешки, что-то вроде запоздалого гамбита. Белые долго колебались, даже трусили, принимая эту жертву. Зрители обменялись многозначительными взглядами и задумчиво покачали головами, с интересом глядя на незнакомца.

Незнакомец на момент перестает вертеть сигарету, делает резкий взмах рукой – и действительно: выдвигает ферзя! Выдвигает его далеко вперед, в сплоченные ряды противника, словно рассекая надвое поле битвы.

Вот это ход! Вот это размах! Да, они предполагали, что он пойдет ферзем – но чтобы так далеко! Никто из зрителей – а они кое-что смыслили в шахматах – не рискнул бы на такой ход. Но тем-то и отличается от них настоящий мастер. Настоящий мастер играет оригинально, рисково, решительно – просто совсем иначе, чем средний игрок. И потому, будучи обычным средним игроком, каждый ход мастера постичь невозможно, ведь... В самом деле, непонятно, зачем нужно было проводить ферзя туда, где он оказался. Он не представлял там никакой опасности, разве что угрожал фигурам, которые со своей стороны были защищены. Но цель и глубокий смысл дерзкого хода скоро прояснятся, мастер знает, что делает, у него, наверняка, есть свой план, это легко заметить по его непроницаемому лицу, по уверенной, спокойной руке.

Незнакомец каждым своим ходом творит чудеса. Он жертвует ферзем лишь для того, чтобы провести слона на d7, – когда еще увидишь такое? Они глубоко растроганы этим Подвигом. Теперь он может играть как хочет, они не пропустят ни единого хода, они останутся с ним до конца, блистательного или горького. Теперь он их герой, и они любят его.

Жан колеблется и размышляет. Он знает, что никто не поставит на него ни единого су. Но не знает, почему. Он не понимает, что остальные – тоже опытные игроки – не замечают, насколько сильна и надежна его позиция. К тому же у него несомненный перевес: три пешки и ферзь. Как они могут думать, что он проиграет? Он не может проиграть! Или все-таки может? Неужто он ошибается? Может, прошляпил что-то? Неужто остальные видят больше, чем он? Он начинает нервничать. Может, он не заметил ловушки, в которую угодит очередным ходом? Где ловушка? Ее нужно избежать. Нужно вывернуться. Во всяком случае, он продаст свою шкуру как можно дороже...

Часы на башне Сан-Сюльпис бьют восемь. Остальные шахматисты Люксембургского сада давно разошлись, аттракционы закрылись. Только в центре павильона вокруг двух игроков еще толпится группа зрителей. С тупым изумлением они пялятся на шахматную доску, где маленькая белая пешка припечатала поражение черного короля. И они все еще не желают

верить своим глазам. Они отводят коровьи взгляды от позорной картины разгрома, от бледного, вдохновенного и прекрасного полководца, неподвижно сидящего на садовом стуле. «Ты не проиграл, – читается в этих коровьих взглядах, – сейчас ты совершишь чудо. Ты с самого начала предвидел это положение, ведь ты же сам его создал. Сейчас ты уничтожишь противника. Мы не знаем, как ты это сделаешь, откуда нам знать, мы простые шахматисты, мы вообще ничего не знаем. Но ты, ты волшебник, ты умеешь творить чудеса и сотворишь чудо. Не разочаровывай нас! Мы в тебя верим. Сотвори чудо, кудесник, сотвори чудо и победи!».

Молодой человек, опрокинув презрительным щелчком короля, поднялся, не удостоив взглядом ни публику, ни противника, и, не попрощавшись, пошел прочь.

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для высших учеб. заведений. – М.: Аспект-Пресс, 2022. – 360 с.

2. Годфруа Ж. Что такое психология: в 2 т. Т. 1. – М.: Мир, 1992. – С. 71–124.

3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, 1997. – 344 с.

4. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

5. Курбатов В. И. Искусство управлять общением. – Ростов н/Д: Феникс, 1997. – 350 с.

6. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

7. Практикум по социальной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

8. Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся; пер. с англ. Е. Бугаевой, Е. Волкова, И. Волковой, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2015. – 333 с.

9. Шейнов В. П. Как управлять другими. Как управлять собой (Искусство менеджера). – Минск: Амалфея, 1996. – 427 с.

10. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования). – Минск: Харвест, 2003. – 848 с.

11. Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор. – Минск, Полифакт, 1992. – 128 с.

12. Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – С. 399–445.

Тесты для самопроверки

1. Человек, использующий … *(стиль общения)* стремится контролировать других людей или использовать их в качестве «вещей».

2. Общение при … *(стиль общения)* предполагает честность, терпимость, доверие, осознание себя и окружающих

3. Отождествление себя с другим, уподобление себя другому – это:
   a) рефлексия;
   b) идентификация;
   c) проекция;
   d) аттракция.

4. Приписывание другому человеку причин поведения, намерений, чувств, качеств личности – это:
   a) стереотипизация;
   b) идентификация;
   c) каузальная атрибуция;
   d) аттракция.

5. Информация, получаемая о каком-либо человеке, накладывается на тот образ, который был создан заранее. Этот ранее сложившийся образ выполняет роль ореола, мешающего видеть действительные черты объекта восприятия (эффект восприятия).

6. Некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным штампом («сокращением») при взаимодействии с этим явлением:
   a) стереотип;
   b) предубеждение;
   c) каузальная атрибуция;
   d) аттракция.

7. Осознание действующим индивидом, как он воспринимается партнёром по общению, называется:
   a) идентификацией;
   b) эмпатией;
   c) рефлексией.

8. В ситуации восприятия знакомого человека срабатывает эффект:
   a) ореола;
   b) первичности;
   c) новизны.

9. При помощи какого типа каузальной атрибуции склонны объяснять событие наблюдатели:
   a) личностная;
   b) объектная;
   c) обстоятельственная.

10. Каждый участник взаимодействия может занимать одну из трёх позиций: Р, В, Д с точки зрения теории:
   a) символического интеракционизма;
   b) психоанализа;
   c) транзактного анализа.

Резюме темы 5

Интерактивная сторона общения характеризует те его компоненты, которые связаны с взаимодействием людей, с их непосредственной организацией совместной деятельности. Межличностное взаимодействие различным образом объясняют социально-психологические теории: теория обмена Дж. Хоманса, символический интеракционизм Дж. Мида, теория управления впечатлениями Э. Гофмана, психоанализ З. Фрейда, транзактный анализ Э. Бёрна. В зависимости от содержания совместной деятельности и ситуации используются определённые типы взаимодействия (кооперация или конкуренция) и стили взаимодействия (ритуальный, манипулятивный, гуманистический).

Перцептивная сторона общения – процесс восприятия и познания одним человеком другого. Следует различать социальную и межличностную перцепцию. Более точному восприятию партнёра по общению способствуют такие механизмы межличностного восприятия, как идентификация, эмпатия и рефлексия.

Приписывание партнёру причин поведения, а также намерений, чувств и качеств личности называется каузальной атрибуцией. Выделяют следующие типы атрибуции: личностная, объектная и обстоятельственная.

Выбор типа атрибуции зависит от того, кем является субъект восприятия: участником событий или наблюдателем.

При восприятии людьми друг друга возникают различные эффекты: ореола, первичности, новизны и другие, которые рассматриваются как проявление стереотипизации. Носителем стереотипов является социальная группа, поэтому они могут адекватно использоваться только в межгрупповых отношениях для быстрой ориентировки в ситуации и определения людей как представителей различных групп. На основе стереотипа может возникнуть предубеждение, которое отличается от последнего наличием эмоционального оценочного компонента.

Способность вмешательства в процесс формирования своего образа у партнёра называется самоподачей (или самопрезентацией). Она заключается в умении направить восприятие партнёра по определённому пути. Выделяют несколько видов самоподачи: превосходства, привлекательности, отношения, актуального состояния и причин поведения.

ТЕМА 6. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГРУППЫ

Лекция 6

Основные понятия: *группа, статус, роль, малая группа, коллектив.*

6.1. Понятие группы. Основные характеристики группы.
6.2. Статус и роль индивида в группе.
6.3. Классификация групп.
6.4. Классификация малых групп.
6.5. Понятие коллектива и его основные признаки.

6.1. Понятие группы. Основные характеристики группы. Проблема групп, в которые объединяются люди в процессе своей жизнедеятельности, является важнейшим вопросом социальной психологии. Реальность общественных отношений всегда дана как реальность отношений между социальными группами.

Слово «группа» итальянского происхождения (появилось в конце XVII в.). В Италии термин из области изящных искусств *«grиppo»* обозначал несколько симметрично скомпонованных фигур, составляющих сюжет живописного, графического или скульптурного происхождения. В настоящее время термин «группа» прочно утвердился в социальной психологии.

Г. М. Андреева предлагает следующее определение группы.

Группа – ограниченная в размерах общность, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков (характера выполняемой деятельности, социальной принадлежности, структуры).

В социальной психологии выделяют следующие *основные признаки группы:*

– осознание индивидами своей принадлежности к группе («мы – чувство»);

– наличие между индивидами определенных отношений;

– сформированность внутренней организации (распределение обязанностей, личностных влияний, статусов);

– функционирование группового давления, побуждающего индивидов к поведению в соответствии с принятыми общностью нормами;

– изменение в мнениях, установках и поведении индивидов, обусловленных их включением в данную общность.

Значимость группы для людей состоит, прежде всего, в том, что *группа* – это определенная система деятельности, заданная ее местом в системе общественного разделения труда, и потому сама выступает субъектом определенного вида деятельности и через нее включена в систему общественных отношений. Общность содержания деятельности группы порождает и общность ее психологических характеристик (т. е. групповых интересов, потребностей, норм, ценностей, целей). Человек познает свою принадлежность к группе прежде всего через принятие этих характеристик, т. е. через осознание психологической общности с другими членами группы.

Рассмотрим *основные характеристики группы*:

– *размер* – количественный состав членов группы;

– *композиция* – индивидуальный состав группы, т. е. возрастные, профессиональные или социальные характеристики ее членов. Композиция может быть гомогенной (однородной) или гетерогенной (включающей индивидуально различных людей);

– *структура группы* – система взаимосвязей между членами группы. Существует несколько формальных признаков структуры группы: структура предпочтений, структура власти, структура коммуникаций (рисунок 1).

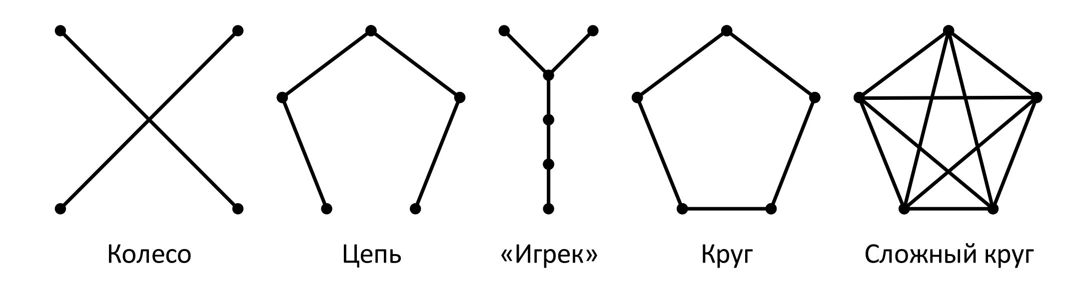


Рисунок 1. – Различные виды групповой структуры

– *групповая динамика (групповые процессы)* включает в себя разнообразные изменения, происходящие в группе; к групповым процессам (динамике групповой жизни) можно отнести прежде всего процессы, которые организуют деятельность группы (формирование ролей, давление группы на ее участников и др.);

– *групповыми нормами* называются общие правила поведения, которых придерживаются все члены группы. Нормы выполняют регулятивную функцию и связаны с ценностями, принятыми в данной группе. Нормы конкретной группы включают и общепринятые нормы, и специфические, выработанные данной группой.

Важной проблемой является мера принятия норм каждым членом группы: насколько принимает индивид групповые нормы, в какой мере каждый из членов группы отступает от соблюдения этих норм, как соотносятся социальные и «личностные» нормы;

– *групповые санкции* – механизмы, при помощи которых группа возвращает своего члена на путь соблюдения норм. Санкции могут быть двух типов: поощрительные (позитивные) и запретительные (негативные). Санкции предназначены для того, чтобы обеспечить соблюдение норм.

6.2. Статус и роль индивида в группе. Важным параметром характеристики группы является положение в группе индивида в качестве ее члена.

Любой человек занимает в группе несколько позиций. Каждая из этих социальных позиций, связанная с определенными правами и обязанностями, называется *статусом*[41]. Человек может иметь несколько статусов, из которых один является главным. Статус может быть: 1) прописанным (или данным от рождения – пол, раса, фамилия и т. д.) или 2) достигнутым (определяется тем, что человек осуществил в своей жизни, например, муж, писатель). Некоторые статусы сочетают прописанные и достигнутые элементы (доктор философских наук).

Для выявления статуса индивида в группе применяется *социометрическая методика*[42].

Ролью называется ожидаемое поведение, обусловленное статусом человека[43]. Каждый статус обычно включает ряд ролей (например, человек, имеющий статус преподавателя, по-разному ведет себя со студентами, другими преподавателями, ректором). Можно выделить:

1) формальные роли (служат для функционирования различных общественных институтов и социальных структур);

2) неформальные роли («семейный клоун», «душа общества», «козел отпущения»).

Человек может исполнять несколько ролей в различных жизненных ситуациях. Совокупность ролей, соответствующих данному статусу, называется

---

[41] О социальном статусе индивида в группе см.: Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

[42] Финькевич Л. В. Диагностика межличностного взаимодействия: психодиагностический практикум. – Минск: БГПУ, 2003. – 42 с.

[43] О социальной роли см.: Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

ролевым набором. Ситуация, связанная с необходимостью удовлетворять противоречащим требованиям двух и более ролей, называется *ролевым конфликтом*.

Появление ролей связано с феноменом «групповых ожиданий»: всякий член группы не просто выполняет свои функции, каждая роль требует определенного перечня и качества их выполнения, а ее исполнитель обязательно воспринимается и оценивается другими. Формирование ролей требует длительного взаимодействия между людьми, на основе которого формируются более или менее устойчивые образцы взаимодействия.

6.3. Классификация групп. Рассмотрим *виды групп* (рисунок 2).

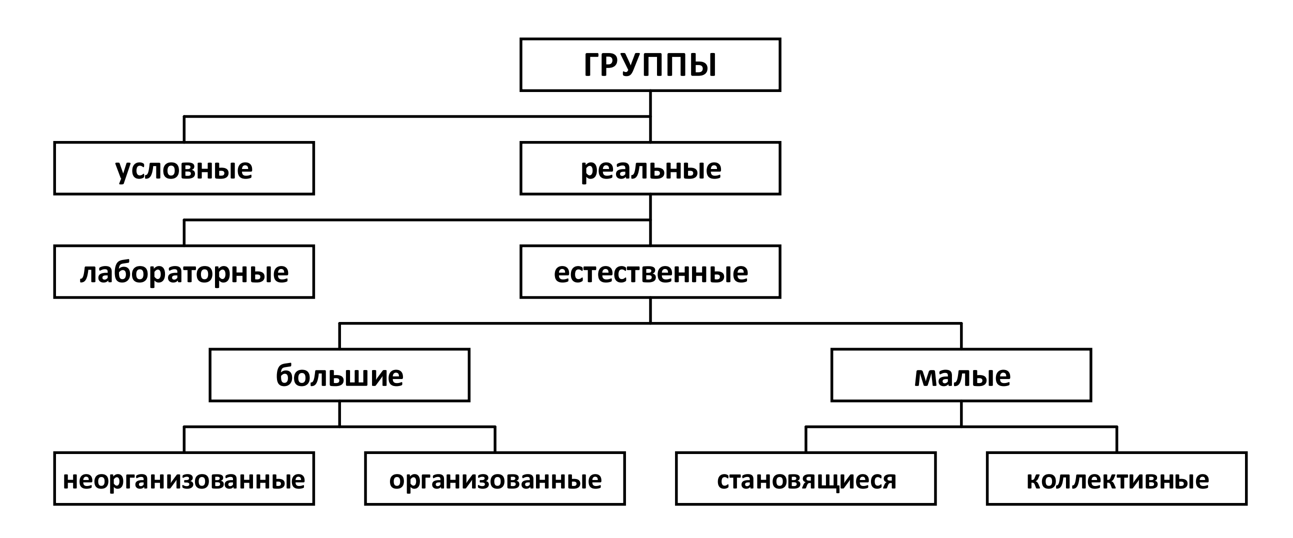


Рисунок 2. – Классификация групп

<u>*По непосредственности взаимосвязей*</u> выделяют условные и реальные группы. *Условные (номинальные)* группы объединяют людей, которые не имеют никаких взаимоотношений друг с другом, могут даже никогда друг друга не видеть, но имеют общие социальные и психологические характеристики. Это искусственно выделяемые исследователем объединения людей. *Реальные группы* – действительно существующие объединения людей.

<u>*По условиям функционирования*</u> выделяют естественные и лабораторные группы. *Естественные группы* возникают сами по себе, исходя из потребностей общества или входящих в группы людей, независимо от желания экспериментатора. *Лабораторные группы* создаются экспериментатором для проведения какого-либо научного исследования, проверки выдвинутой гипотезы. Существуют только в лаборатории, временно.

По размеру группы классифицируют как большие и малые. *Большие группы* могут быть представлены 1) *устойчивыми общностями*, сложившимися в ходе исторического развития: государствами, народностями, партиями, классами, выделяемым по профессиональным, экономическим, религиозным и другим признакам, или 2) *стихийно возникшими*, кратковременно существующими общностями (толпа, публика, аудитория). Через большие группы может опосредованно осуществляться воздействие идеологии общества на психологию составляющих ее людей.

6.4. Классификация малых групп. В отличие от больших групп *малые группы* – это всегда непосредственно контактирующие индивиды, объединенные общими целями и задачами (2–20–30 чел.). Малая группа имеет относительно простое строение: в ней, как правило, есть авторитетный лидер (если группа неофициальная) или руководитель (если официальная), вокруг которых объединяются остальные члены группы (семья, трудовой коллектив, компания друзей). Малая группа характеризуется психологической и поведенческой общностью ее членов, которая может обнаруживаться как во внешних характеристиках (территориальная общность соседей), так и в достаточно глубоких внутренних.

Разнообразие малых групп в обществе предполагает наличие самых разнообразных оснований для классификации (например, по времени существования группы, по степени тесного контакта между членами и т. д. Всего известно около 50 оснований для классификации). Наиболее распространенными из них являются три:

1) *по критерию непосредственности контактов:* на первичные и вторичные (автор классификации Ч. Кули);
2) *по общественному статусу:* на «формальные» и «неформальные» (Э. Мейо);
3) *по степени значимости группы для её членов:* на «группы членства» и «референтные» (Г. Хаймен).

Первичная группа состоит из небольшого числа людей, между которыми устанавливаются эмоциональные взаимоотношения, основанные на их индивидуальных особенностях[44].

Вторичная группа образуется из людей, между которыми ослаблены эмоциональные связи, их взаимодействие обусловлено стремлением к достижению определенных целей. В таких группах основное значение

[44] Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

придается не личным качествам, а умению выполнять определенные функции. Члены вторичной группы обычно мало знают друг о друге, способы коммуникации между ними четко определены, для общения между их членами могут использоваться различные «посредники» в виде средств связи.

Формальные группы создаются и действуют в рамках официально признанных организаций (школьный класс, бухгалтерский отдел и т. д.). В малой группе четко заданы позиции ее членов, они предписаны групповыми нормами. Соответственно четко распределены и роли всех членов группы в системе подчинения так называемой структуре власти («вертикали»). Цели формальной группы базируются на основе задач, стоящих перед организацией.

Неформальные группы возникают, как правило, самопроизвольно, не имеют четко определенного статуса в обществе, не выполняют однозначно описанных «обязанностей» перед другими общностями. Цели неформальных групп существуют на базе личных интересов ее участников.

Неофициальная группа может существовать внутри формальной (компания друзей в школьном классе), тогда внутри формальной группы переплетаются две структуры отношений. Неформальные группы в рамках формальной организации играют важную роль в ее жизнедеятельности, и руководителю необходимо наладить взаимодействие с такими структурами. Это может значительно повысить эффективность формальной организации.

Неформальная группа может возникать и сама по себе, вне формальной группы (люди, случайно объединившиеся для игры в волейбол, группа туристов, компания друзей, работающих в разных местах). Иногда в рамках такой группы может возникать совместная деятельность (турист, отправившийся в однодневный поход), и тогда неформальная группа приобретает некоторые черты формальной (распределение ролей, позиций).

Референтной называется группа, к которой человек добровольно себя причисляет либо членом которой он хотел бы стать. Личность разделяет нормы и ценности данной группы, находит в ней образцы для подражания.

Референтная группа выполняет две функции:

1) *сравнительная* (человек сравнивает себя с группой);
2) *нормативная* (индивид придерживается ее норм и ценностей).

В понимании референтной группы самое важное – фактор оценки: субъект оценивает свои поступки, личные качества со стороны референтной группы, соотносит свое реальное с ее нормами и ценностями. Из множества окружающих его людей человек избирает тех, кого он наделяет

субъективно важным для него качеством – *референтностью*. Методический приём, выявляющий референтность, называется *референтометрией*[45].

Значимый другой становится своего рода зеркалом, в котором отражается сам индивид и все, что его окружает. Психология и поведение членов нереферентной группы чужды и безразличны для человека, а поведение и психологию членов антиреферентных групп индивид осуждает и совершенно не приемлет. В группах членства человек присутствует лишь в силу определенных обстоятельств, хотя и не разделяет принятых в них установок, ценностей.

Классифицировать малые группы можно и *по размеру,* так как отношения в группе во многом зависят от ее количественного состава.

Диада является очень хрупкой, требует устойчивых и позитивных отношений между партнерами, возникают более глубокие эмоциональные взаимоотношения, уже есть лидер.

В *триаде* обычно происходит сближение между двумя членами группы и исключение третьего, третий может выступать как безучастный посредник или использовать двух других в своих интересах.

Оптимальный размер группы – пять человек, если в группе более 10 человек, возникает внутригрупповая дифференциация. Верхний предел состава группы зависит от: 1) длительности существования группы, 2) от частоты и содержания общения.

Группы с нечетным составом более устойчивы, чем группы с четным составом, в них реже проявляются разногласия: ведь в такой группе одна из сторон всегда имеет численное преимущество.

Участники больших по размеру групп чаще страдают из-за низкого морального единства в группе и высокого уровня неучастия в групповой жизнедеятельности. С увеличением размера группы среди ее членов появляется тенденция меньше общаться друг с другом и чаще обращаться к лидеру, роль которого возрастает. Могут возникать фракции, вражда.

25 и более человек – это уже не первичная, а вторичная группа.

<u>В зависимости от прав, предоставленных членам,</u> различают:

– *паритетные группы* (все члены имеют равные права);

– *непаритетные* (существует определенная иерархия прав и обязанностей).

---

[45] Финькевич Л. В. Диагностика межличностного взаимодействия: психодиагностический практикум. – Минск: БГПУ, 2003. – 42 с.

6.5. Понятие коллектива и его основные признаки. Важнейшей основой классификации группы является уровень группового развития. В зависимости от уровня развития различают:

1) *слаборазвитые группы* (нет достаточной психологической общности, налаженных отношений, признанных лидеров, четкого распределения обязанностей, эффективного взаимодействия);

2) *высокоразвитые группы* (отвечают вышеперечисленным требованиям).

Среди высокоразвитых групп особое место занимают *коллективы* – группы, где межличностные отношения опосредуются общественно значимым и личностно ценным содержанием совместной деятельности.

Основные признаки коллектива:

1) объединение людей во имя социально одобряемой цели;
2) наличие добровольного характера объединения;
3) целостность (система деятельности с присущей ей организацией, распределением ролей);
4) принцип развития личности вместе с развитием коллектива.

🕑 *Чтобы вести людей за собой, иди за ними.*

Лао-Цзы

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Групповая динамика включает в себя разнообразные изменения, которые происходят в группе.

– Статусом называется ожидаемое поведение, обусловленное положением человека.

– Условные группы объединяют людей, имеющих общие социальные и психологические характеристики.

– Большие группы представлены устойчивыми общностями, сложившимися в ходе исторического развития.

– Во вторичной группе основное значение придается не личным качествам, а умению выполнять определенные функции.

– Неформальная группа может существовать внутри формальной группы.

– Референтная группа выполняет две основные функции: сравнительная и организующая.

– Референтная группа может быть условной.

– Группы с нечётным составом более устойчивы, потому что участники не могут разбиться на пары.

– В малых по размеру группах усиливается роль лидера.

– К основным признакам коллектива относится принцип развития личности вместе с развитием коллектива.

Практические рекомендации

Что такое команда и как её создать

Команда – это группа людей, которые распределяют между собой рабочие операции и ответственность за получение конкретных результатов. Отличительными её особенностями являются взаимозависимость, разделение ответственности за командные цели между всеми участниками, результат деятельности как итог активности всех участников. Команда «мечты» состоит из 3–10 человек, сфокусированных на общей цели, со взаимосвязанными ролями, взаимодополняющими умениями, созданными ими самими процессами и приверженностью к взаимодействию, которая делает всех её членов взаимно и в равной степени ответственными за достижение результатов.

Работа в команде более эффективна, чем работа в рабочей группе. Групповой деятельности присущ феномен социальной лености (образно говоря, 1 + 2 = 2). Для команды характерен эффект синергии, который заключается в том, что суммарное усилие команды превышает сумму усилий её отдельных игроков (1 + 2 = 12). Данный эффект возникает не столько вследствие индивидуального мастерства, сколько благодаря общим ценностям и взаимному доверию, иными словами, духовной близости членов команды. Совпадение важнейших ценностных ориентаций участников обеспечивает сплочённость и устойчивость командного развития.

Важным является тот факт, что члены команды взаимозависимы в работе, т. е. для достижения разделяемых целей они нуждаются в работе других участников. В связи с этим в западной психологии существует точка зрения, что эффективно работает не команда «звёзд», а команда-«звезда». Так, Дж. Уэлш, легендарный директор GE, приводит следующий пример. Представим себе, что у Вас есть великолепный подчинённый, но… Этот человек не взаимодействует со своими коллегами, не делится с ними идеями. Уэлш предлагает заменить его другим сотрудником, который, может быть, и не столь

продуктивен индивидуально, но является хорошим командным игроком. Если до этой замены продуктивность работы команды была, например, 65%, а после неё увеличилась до 90–100%, то этот новый сотрудник и нужен команде.

(По И. Н. Андреевой)

Практическое занятие 6

План занятия

1. Понятие группы. Основные характеристики группы.
2. Статус и роль индивида в группе.
3. Классификация групп.
4. Классификация малых групп.
5. Коллектив и его основные признаки.

Тематика сообщений

1. Влияние группы на развитие личности.
2. Статусно-ролевые характеристики членов группы.

Психологическая диагностика

Тест «Групповые роли»[46]

Вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 6. Далее ответьте на вопросы.

1. Сравните определение группы, предложенное Г. М. Андреевой, с определением Дж. Мак-Граса: группа – это объединение, сложившееся из двух или более человек, которые с определённой мерой активности взаимодействуют друг с другом. Какое из определений, по вашему мнению, наиболее точно характеризует понятие «группа»?
2. Определите, к какому виду относится группа из 15 человек, если известно, что:
   - они почти не знают друг друга;

[46] Самыгин С. И., Столяренко Л. Д. Психология управления. – Ростов н/Д: Феникс, 1997. – 512 с.

– их всех знает человек, который не входит в эту группу;
– члены группы никогда не собираются вместе.

3. Определите место вашей академической группы в классификации групп.

Творческие задания

Предложите рекомендации по развитию группы среднего уровня до уровня коллектива.

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для высш. учеб. заведений. – М.: Аспект-Пресс, 2022. – 360 с.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.
3. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.
4. Дыгун М. А., Лутович Т. Ф. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях. – Мозырь: Содействие, 2007. – 108 с.
5. Кетс де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 311 с.
6. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах (Общие и возрастные особенности). – Минск: ТетраСистемс, 2001. – 432 с.
7. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.
8. Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.
9. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.
10. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.
11. Нуркова В. В., Березанская Н. Б. Психология: учеб. – М.: Высш. образование, 2006. – 484 с.
12. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

13. Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.
14. Харрис Т. А. Я – О'Кей, ты – О'Кей; пер. с англ. – М.: Смысл, 1997. – 328 с.
15. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

Тесты для самопроверки

1. В социальной психологии выделяют следующие основные признаки группы:

– осознание индивидами своей принадлежности к группе («мы-чувство»);
– наличие между индивидами определенных отношений;
– ? … (распределение обязанностей, личностных влияний, статусов), функционирование группового давления, побуждающего индивидов к поведению в соответствии с принятыми общностью нормами;
– ? …

2. Непосредственно контактирующие индивиды, объединенные общими целями и задачами, – это:

a) большая группа;
b) малая группа;
c) условная группа;
d) лабораторная группа.

3. Группа, к которой человек добровольно себя причисляет либо членом которой он хотел бы стать, называется:

a) первичной;
b) неформальной;
c) референтной;
d) паритетной.

4. Основные признаки коллектива (исключите ошибочный ответ):

a) объединение людей во имя социально одобряемой цели;
b) «мы-чувство»;
c) целостность;
d) принцип развития личности вместе с развитием коллектива.

5. Каждая из социальных позиций, связанная с определенными правами и обязанностями, называется:

a) статусом;
b) ролью;
c) должностью;
d) референтностью.

6. Общие правила поведения, которых придерживаются все члены группы – это… *(дополните)*.

7. Объединяет людей, которые не имеют никаких взаимоотношений друг с другом, могут даже никогда друг друга не видеть, но имеют общие социальные и психологические характеристики:

a) большая группа;
b) малая группа;
c) условная группа;
d) лабораторная группа.

8. Состоит из небольшого числа людей, между которыми устанавливаются эмоциональные взаимоотношения, основанные на их индивидуальных особенностях:

a) условная группа;
b) первичная группа;
c) неформальная группа;
d) референтная группа.

9. Возникает, как правило, самопроизвольно, не имеет четко определенного статуса в обществе, не выполняет однозначно описанных «обязанностей» перед другими общностями:

a) условная группа;
b) первичная группа;
c) неформальная группа;
d) референтная группа.

10. Референтная группа выполняет 2 функции: сравнительная и … *(дополните)*.

Резюме темы 6

Группа – ограниченная в размерах общность, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков. К характеристикам группы относят размер, композицию, структуру, групповую динамику, групповые нормы и групповые санкции.

Важным параметром характеристики группы является положение в группе индивида в качестве ее члена. Каждая из социальных позиций, занимаемых индивидом в группе, связанная с определенными правами и обязанностями, называется статусом. Ожидаемое поведение, обусловленное статусом человека, называется ролью. Выделяют формальные и неформальные роли. Совокупность ролей, соответствующих данному статусу, обозначается как ролевой набор.

Группы подразделяются на условные и реальные. Реальные группы могут быть лабораторными или естественными, естественные – большими или малыми.

Малые группы образуют непосредственно контактирующие индивиды, объединенные общими целями и задачами. Классификация малых групп включает первичные и вторичные, формальные и неформальные группы, а также референтные и группы членства. В зависимости от прав, предоставленных членам, выделяют паритетные и непаритетные группы. По уровню развития различают слабо-, средне- и высокоразвитые группы (коллективы).

ТЕМА 7. ГРУППОВАЯ ДИНАМИКА

Лекция 7

Основные понятия: *групповая динамика, «идиосинкразический кредит», групповое давление, конформизм, конформность, социальная фасилитация, социальная ингибиция, социальная леность, деиндивидуализация, огруппление мышления, групповая поляризация, лидерство, руководство, власть, стиль лидерства, сплоченность, совместимость.*

7.1. Возникновение и развитие малой группы. Механизмы групповой динамики.
7.2. Лидерство и руководство, социальная власть в малой группе. Теории лидерства.
7.3. Стили лидерства (руководства) и их эффективность.
7.4. Сплочённость и совместимость.
7.5. Феномены групповой жизнедеятельности.

7.1. Возникновение и развитие малой группы. Механизмы групповой динамики. В социальной психологии разработано несколько моделей группообразования. В рамках *деятельностного подхода* малая группа изучается на основе принципа деятельности: все групповые процессы, феномены, нормы и ценности обусловлены совместной деятельностью членов группы. Данный подход реализован в *стратометрической концепции групповой активности А. В. Петровского*. Она представляет группу как состоящую из трёх слоёв (страт), каждая из которых характеризуется определённым принципом построения отношений между членами. В первом слое реализуются, прежде всего, непосредственные контакты между людьми, основанные на эмоциональной приемлемости или неприемлемости; во втором слое эти отношения опосредуются характером совместной деятельности; в третьем слое (ядре группы) развиваются отношения, основанные на принятии всеми членами группы единых целей групповой деятельности. Этот слой соответствует высшему уровню развития группы, т. е. его наличие позволяет констатировать, что данная группа является коллективом.

Уровень развития межличностных отношений в группе включает две составляющие:

1) степень опосредствования межличностных отношений совместной деятельностью;

2) общественная значимость совместной деятельности, нравственные особенности её целей и ценностей.

В соответствии с этими критериями группа в своём развитии проходит следующие этапы:

– *диффузная группа*: людей не объединяет совместная деятельность, они просто соприсутствуют (например, пассажиры в маршрутном автобусе);

– *ассоциация* может быть просоциальной или асоциальной. Просоциальная ассоциация имеет социально значимые цели, но отношения в ней не опосредованы совместной деятельностью (группа студентов в начале обучения). В асоциальной ассоциации отношения опосредованы совместной деятельностью минимально, а цели носят антиобщественный характер (группа агрессивно настроенных подростков);

– *корпорация* – это группа, работающая на себя (фирма, которую больше всего заботит получение прибыли даже во вред экологической обстановке в городе). Антиобщественная корпорация занята, кроме прочего, реализацией антиобщественных целей, и отношения в ней опосредованы этой деятельностью (мафия);

– *кооперация* – группа, в которой межличностные отношения опосредуются значимым для каждого содержанием совместной деятельности;

– *коллектив* – группа людей, объединённых целями совместной, общественно полезной деятельности и динамикой формальных и неформальных взаимоотношений. В коллективе межличностные отношения опосредуются общественно ценным и личностно значимым содержанием совместной деятельности.

Существуют и другие подходы к изучению группообразования. Согласно *параметрической концепции Л. И. Уманского* групповое развитие рассматривается в рамках следующей схемы: в центре континуума[47] располагается *группа-конгломерат* (группа, состоящая из незнакомых между собой людей), а на полюсах – *коллектив* и *антиколлектив*. Развитие группы к полюсу коллектива сопряжено с прохождением двух качественно новых стадий – *кооперации* и *автономизации.* Между группой-конгломератом

[47] Континуум – множество, непрерывность, совокупность.

и группой-кооперацией возможны и такие стадии развития, как *«номинальная группа»* и *«группа-ассоциация»*. Идея стадий сочетается с выделением некоторых обязательных параметров группы, применительно к которым замеряется уровень её развития. В качестве таких параметров выделяются направленность коллектива, организованность, подготовленность и психологическая коммуникативность. Отличие одной стадии от другой прослеживается по каждому из выделенных параметров[48].

Большой вклад в разработку *социометрического направления* внёс белорусский психолог Я. Л. Коломинский, который помимо создания оригинальных социометрических процедур, сделал глубокий методологический анализ проблемы межличностных отношений и включил социометрический метод в содержательный теоретический контекст.

В основу *организационно-управленческого подхода Е. С. Кузьмина* положены представления о социальной организации и управленческой деятельности. Данный подход в основном ориентирован на решение задач психологического обеспечения в сфере промышленного производства.

Среди зарубежных концепций широкую известность получила *двухфакторная модель развития группы Б. Такмена*. Автор описывает динамику группового процесса, который разворачивается в двух сферах: деловой (решение задач) и межличностной (развитие групповой структуры). В каждой из указанных сфер группа проходит 4 стадии[49].

Механизмы групповой динамики[50] показывают, посредством чего происходит развитие группы. Выделяют следующие механизмы групповой динамики:

1) *разрешение внутригрупповых противоречий:*
   – между возрастающими потенциальными возможностями группы и её актуальной деятельностью;
   – между растущим стремлением членов группы к самореализации и самоутверждению и, одновременно, усиливающимися тенденциями включения личности в групповую структуру и интеграции её с группой;

---

[48] Интересен вариант параметрической концепции группообразования, предложенный А. Н. Лутошкиным в кн.: Лутошкин А. Н. Эмоциональные потенциалы коллектива. – М.: Педагогика, 1988. – 128 с.

[49] Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

[50] Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

– между поведением лидера и ожиданиями, связываемыми с его действиями последователями.

2) «*идиосинкразический кредит*» (Е. Холландер) представляет собой своеобразное разрешение на отклоняющееся от групповых норм (девиантное) поведение. Предоставляется членам группы, имеющим высокий статус, и является одним из условий внедрения в жизнь группы элементов нового (инноваций).

3) *психологический обмен* (обмен материальными и духовными ценностями, психическими состояниями и т. д.). Многие авторы, в частности Р. Л. Кричевский и Е. М. Дубовская, определяют его через так называемый ценностный обмен – удовлетворение участниками взаимодействия определённых социальных потребностей путём взаимного предоставления соответствующих ценностей.

7.2. Лидерство и руководство, социальная власть в малой группе. Теории лидерства. *Лидерство* – естественный социально-психологический процесс в группе, построенный на влиянии личного авторитета человека на поведение членов группы.

Лидер – это человек, обладающий влиянием, способный объединить людей ради достижения какой-либо цели. Естественное влияние лидера исходит из признания другими его превосходства в какой-либо области. Лидер не просто ведёт за собой других, он хочет это делать так же, как другие члены группы хотят идти за ним.

Общее лидерство в группе складывается из компонентов:

– *эмоциональный лидер* (сердце группы) ориентирован на взаимоотношения;

– *деловой лидер* (руки группы) ориентирован на дело, может его организовать, наладить деловые связи;

– *информационный лидер* (мозг группы) – эрудит, к нему обращаются за информацией, он всё знает и может объяснить.

Эти три типа лидерства могут быть персонифицированы в одном лице, но чаще они распределяются между разными членами группы.

В отличие от лидера, который выдвигается снизу, руководитель назначается официально, извне. Если лидерство связано с неформальной структурой группы, то руководство – с официальной, формальной структурой. Рассмотрим отличительные характеристики лидера и руководителя (таблица 5).

Таблица 5. – Отличительные характеристики лидера и руководителя

Характеристики лидера	Характеристики руководителя
Регулирует межличностные (неофициальные) отношения в группе	Регулирует официальные отношения в группе
Лидерство возникает стихийно, это менее стабильное явление, зависит от настроения группы	Руководитель назначается, избирается, это более стабильное явление
Система санкций зависит от индивидуальных особенностей и отношений группы	Обладает более определённой системой санкций
Решения, касающиеся деятельности группы, более непосредственны	Процедура принятия решения более сложна, оно может не зависеть от группы
Лидерство – индивидуально-психологическая характеристика отношений в группе (элемент микросреды)	Руководство – социальная характеристика отношений в группе (элемент макросреды)

Несмотря на явное различие между лидером и руководителем, Р. Л. Кричевский выделяет следующие три общие для них черты:

– выполняют роли координаторов, организаторов членов социальной группы;

– осуществляют социальное влияние в группе, только разными средствами;

– используют субординационные отношения, хотя в первом случае они чётко регламентированы, во втором – заранее не предусмотрены.

И руководство, и лидерство опирается на наличие власти. *Власть* – возможность влиять на поведение и деятельность других людей. Существует несколько типов власти:

– вознаграждающая;

– принуждающая;

– легитимная (законная);

– референтная (основана на симпатии, эмоциональном предпочтении);

– экспертная (основана на превосходстве в компетентности, специальных знаниях);

– эталонная (власть примера, основана на уважении).

Сохраняя личную власть, руководитель отстаивает своё направление в работе, защищает подчинённых, прилагает усилия для взаимодействия с клиентами или партнёрами. Власть позволяет ему реализовать свои цели, идеи и проекты.

Теории лидерства

Согласно *теории черт* (*харизматической*: «харизма» – благодать (греч.) лидером может быть человек, обладающий врождённым набором личностных качеств и определённых психологических черт, таких как:

- интеллект (выше среднего, но не на уровне гениальности);
- инициатива (самостоятельность и находчивость, способность осознать потребность к действию и наличие мотива);
- уверенность в себе (высокая самооценка, компетентность и высокий уровень притязаний);
- фактор геликоптера: способность воспарить над проблемой, над частными ситуациями, воспринимать проблему в более широком контексте;
- физическое здоровье;
- происхождение из высшего класса;
- рост выше либо ниже среднего.

В настоящее время значительное внимание уделяется эмоциональным характеристикам лидера, его эмоциональной компетентности. Считается, что основная задача лидеров состоит в том, чтобы «зажигать» людей, т. е. вызывать у них готовность к действию. Такой эффект возникает, когда лидеру удаётся вызвать резонанс – лучшие чувства. В отличие от резонансного лидера диссонансный лидер не интересуется чувствами присутствующих и провоцирует своим поведением и действиями негативные эмоции[51].

Недостатком этой теории является то, что наблюдается разнобой черт, выделяемый различными исследователями. Кроме того, не всегда человек, обладающий выделенными чертами, становится лидером.

В соответствии с *ситуационной теорией* лидерства лидера рождает ситуация. В различных ситуациях групповой жизни выделяются члены группы, которые превосходят других по крайней мере в каком-то одном качестве. Если определённое качество необходимо в данной ситуации, человек, у которого оно выражено в большей мере, становится лидером. Слабость этой теории в том, что здесь снимается вопрос об активности лидера.

Синтетическая теория лидерства акцентирует внимание на взаимосвязи личностных и ситуационных факторов: лидерство того или иного члена группы определяется как ситуацией, так и личностными особенностями человека, соответствующими данной ситуации.

---

[51] Гоулман Д., Бояцис Р., Макки Э. Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 300 с.

Системная теория лидерства состоит в том, что лидерство рассматривается как процесс организации межличностных отношений в группе, а лидер – как субъект управления этим процессом. Таким образом, лидерство – это функция группы, и его надо изучать с точки зрения ее задач и целей.

Согласно *концепции ценностного обмена*, ценностные характеристики членов группы обмениваются на авторитет и признание лидера. Лидером становится тот, в ком наиболее полно представлены качества, значимые для групповой деятельности.

Структура механизмов воздействия лидеров на массу зависит от свойств их последователей. Лидер находится в сильнейшей зависимости от коллектива. Группа, с одной стороны, требует от лидера соответствия определённой модели (образу лидера), с другой – от лидера требуется способность выражать интересы группы. Только при соблюдении этих условий группа не просто идёт за лидером, но и желает идти за ним.

7.3. Стили лидерства (руководства) и их эффективность. *Стиль руководства* – комплекс систематически используемых руководителем методов принятия решений, воздействия на подчинённых и общения с ними. Иными словами, это стабильно проявляющиеся особенности взаимодействия руководителя с подчинёнными.

Классификация стилей лидерства разработана К. Левином и включает три стиля: авторитарный, демократический и либеральный. Они отличаются в основном по содержанию решений, предлагаемых лидером группе, и технике (приёмам, способам) осуществления этих решений (таблица 6).

Таблица 6. – Стили лидерства

Формальная сторона	Содержательная сторона
1	2
Авторитарный (директивный) стиль (минимум демократии, максимум контроля)	
Деловые, краткие распоряжения. Запреты без снисхождения, с угрозой. Чёткий язык, неприветливый тон. Похвала и порицание субъективны. Эмоции не принимаются в расчёт. Позиция лидера – вне группы	Дела в группе планируются заранее (во всём их объёме). Определяются лишь непосредственнные задачи, дальние неизвестны. Голос руководителя – решающий

Окончание таблицы 6

1	2
Демократический (коллегиальный) стиль (максимум демократии, максимум контроля)	
Инструкции в форме предложений. Не сухая речь, а товарищеский тон. Похвала и порицание – с советами. Распоряжения и запреты – с дискуссиями. Позиция лидера – внутри группы	Мероприятия планируются не заранее, а в группе. За реализацию предложения отвечают все. Все разделы работы не только предлагаются, но и обсуждаются
Либеральный (попустительский) стиль (максимум демократии, минимум контроля)	
Тон конвенциональный. Отсутствие похвалы, порицаний. Никакого сотрудничества. Позиция лидера – незаметно в стороне от группы	Дела в группе идут сами собой. Лидер не даёт указания. Разделы работы складываются из отдельных интересов или исходят от нового лидера

Нужно отметить, что нет стилей хороших или плохих. Искусство управления предполагает выбор того или иного стиля. А. Танненбаум и Р.Шмидт в работе «Как выбирать стиль руководства» сделали вывод о том, что применяемый стиль руководства определяется четырьмя параметрами:

– руководитель – его личность и предпочитаемый им стиль;
– подчинённые, их потребности, отношения и навыки;
– задание – требования и цели работы, которую нужно выполнить;
– ситуация – ситуация, наблюдаемая в организации.

В зависимости от сочетания этих параметров стиль руководства изменяется в диапазоне от авторитарного и директивного до консультаций, сотрудничества и передачи полномочий.

Так, авторитарный стиль эффективен в условиях, близких к экстремальным; в жёстко заданных, алгоритмизируемых условиях (в армии), при низком уровне организации группы, для работников с низкой квалификацией. Демократический стиль подходит в нормальных условиях, для людей с высоким уровнем культуры, самооценки, интеллекта. Либеральный стиль эффективен в случае высокой самоорганизации коллектива при решении творческих задач. Таким образом, об эффективности стиля руководства можно судить исходя из наличных условий его реализации.

Связь между стилем руководства и эффективностью деятельности обусловлена рядом факторов (особенностями коллектива, спецификой решаемых задач) и поэтому носит вероятностный характер.

Наиболее популярной является вероятностная модель эффективности руководства (по Ф. Фидлеру). Согласно ей эффективность руководства опосредована степенью контроля над ситуацией, в которой действует руководитель. Величина осуществляемого руководителем ситуационного контроля определяется по трём параметрам:

1) степень благоприятности отношений руководителя с подчинёнными;
2) величина влияния руководителя в группе;
3) структура групповой задачи.

Руководитель директивного типа наиболее эффективен в ситуациях с низким или высоким субъективным контролем, т. е. для него крайне неблагоприятных или благоприятных. Руководитель коллегиального типа наиболее эффективен в ситуациях с умеренным субъективным контролем, т. е. для него умеренно благоприятных или неблагоприятных.

Итак, идеальным стилем управления коллективом является творческий подход, для которого характерно то, что руководитель в решении каждой новой управленческой задачи гибко, неординарно применяет тот или иной приём, способ, средство являющиеся для данной ситуации наиболее оптимальными и результативными в зависимости от реально возникающей управленческой ситуации, от целей, условий и средств её разрешения.

7.4. Сплочённость и совместимость. Одним из процессов групповой динамики является групповая сплочённость. Она характеризует степень приверженности группе её членов.

Рассмотрим основные подходы к изучению сплочённости.

– *Сплочённость как межличностная аттракция.* В публикациях А. и Б. Лотт сплочённость рассматривается как групповое свойство, которое является производным от количества и силы взаимных позитивных установок членов группы. Основным показателем сплочённости в рамках данного подхода является уровень взаимной симпатии в межличностных отношениях. Иными словами, чем большее количество членов группы нравятся друг другу, тем выше её сплочённость.

– *Сплочённость как результат привлекательности группы для индивида и как результат удовлетворённости членством в группе.* По мнению Л. Фестингера, групповая сплочённость – это сумма всех сил, действующих на членов группы с тем, чтобы удерживать их в ней. Показателем сплочённости является степень привлекательности (полезности) группы для её

членов. Чем больше людей, удовлетворённых своим пребыванием в группе (т. е. тех, для кого субъективная значимость приобретаемых благодаря группе преимуществ превосходит значимость затрачиваемых усилий), тем выше её сплочённость.

– *Сплочённость как ценностно-ориентационное единство.* В работах А. В. Петровского сплочённость, понимаемая как ценностно-ориентационное единство, – это характеристика системы внутригрупповых связей, показывающая степень совпадения оценок, установок и позиций группы по отношению к объектам (людям, задачам, идеям, событиям), наиболее значимым для группы в целом. Показателем сплочённости является совпадение для членов группы ориентаций на основные ценности, касающиеся процесса совместной деятельности[52].

К обобщённым показателям групповой сплочённости относятся:

– увеличение частоты положительных выборов членами группы друг друга;

– частота и прочность коммуникативных связей;

– увеличение степени привлекательности (полезности) группы для её членов;

– усиление влияния, оказываемого группой на своих членов;

– возрастающее участие в жизни группы (большая включённость индивидов в групповую деятельность);

– сходность ориентаций на значимые ценности;

– взаимосвязь операциональных и символических целей группы;

– предметно-ценностное единство.

Сплочённость тесно взаимосвязана с совместимостью, которая может рассматриваться как феномен, лежащий в основе сплочённости. Тем не менее, сплочённость и совместимость – это различные понятия. Совместимость членов группы означает, что данный состав группы возможен для обеспечения выполнения группой её функций, что члены группы могут взаимодействовать. Групповая сплочённость означает, что данный состав группы не просто возможен, но что он интегрирован наилучшим образом, что в нём достигнута такая степень отношений, при которой все члены группы в наибольшей мере разделяют цели групповой деятельности и те ценности, которые связаны с этой деятельностью.

---

[52] О групповой сплочённости см.: Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

Совместимость предполагает наличие бесконфликтного общения и согласованных действий группы в условиях совместной деятельности. Можно выделить несколько уровней совместимости:

1. Физиологический уровень включает согласованность половозрастных особенностей индивидов, их темпоритмическую организацию, свойства нервной системы.

2. Психофизиологический уровень основывается на оптимальном сочетании особенностей темперамента и потребностей индивидов.

3. Психологический уровень предполагает согласованность черт характера и мотивов поведения.

4. Социально-психологический уровень предполагает согласование социальных ролей, интересов, ценностных ориентаций членов группы.

Для групповой сплочённости высшие уровни совместимости – психологический и социально-психологический – более важны, чем низшие уровни. На высших уровнях групповая совместимость выступает как согласованность функционально-ролевых ожиданий, т. е. представлений членов группы о том, что именно, с кем и в какой последовательности должен делать каждый при реализации общей для всех цели.

7.5. Феномены групповой жизнедеятельности. Группа оказывает постоянное влияние на её членов, которое реализуется в феномене группового давления. *Групповое давление* – это процесс влияния установок, норм, ценностей и поведения группы на мнения и поведение индивида. Любое нарушение групповых норм воспринимается общностью как угроза её существованию. По этой причине группа оказывает давление на входящих в её состав индивидов с тем, чтобы они не нарушали групповые нормы. По отношению к «отклоняющимся» членам группы применяется наказание (например, уход от общения, бойкот). Феномен группового давления в социальной психологии получил название конформизма.

*Конформизм (*от позднелат. *conformis – «подобный; сообразный»)* – изменение поведения или убеждений под влиянием реального или воображаемого давления группы.

Важно отличать конформизм от конформности. Понятие «конформизм» может приобретать негативные коннотации: так, в обыденном языке конформизм означает приспособленчество, а в политике является символом соглашательства и примиренчества.

Конформность рассматривается как склонность личности к конформизму, которая в той или иной степени есть у каждого из нас. Она подразумевает подверженность конформизму. Конформность – прежде всего психологическая характеристика, а конформизм – социальная.

Следует также различать конформизм и подчинение нормам. Так, в первом случае давление исходит от равных по социальному статусу участников группы, а во втором человек вынужден подчиняться тем, кто обладает властью и более высоким статусом.

Различают два вида конформизма:

– внешний конформизм (уступка) имеет место в том случае, если мнение группы воспринимается индивидом лишь внешне, а на деле он продолжает ему сопротивляться;

– внутренний конформизм (одобрение) – когда индивид действительно усваивает мнение группы. Иногда именно этот вид конформного поведения называется подлинным конформизмом, поскольку он представляет собой преодоление конфликта с группой в пользу группы.

В исследованиях конформизма (С. Аш, М. Шериф, С. Милграм)[53] была обнаружена ещё одна возможная позиция индивида по отношению к влиянию группы – *негативизм.* В данном случае индивид во всём сопротивляется групповому давлению, отрицая все стандарты группы. Однако является ли такая позиция подлинно независимой? Можно сказать, что это специфический случай конформного поведения, «конформизм наизнанку»: если индивид ставит целью любой ценой противостоять мнению группы, то он фактически вновь зависит от группы, поскольку ему приходится быть привязанным к групповому мнению, но лишь с обратным знаком (например, позиция негативизма у подростков). Поэтому позицией, противостоящей конформизму, является не негативизм, а самостоятельность, независимость. Она может проявляться как так называемый *рациональный конформизм*, когда индивид принимает определённые нормы, соответствующие его ценностным ориентациям и убеждениям, и не принимает нормы, им не соответствующие.

Меньшинство группы наиболее влиятельно при условиях последовательности в своих взглядах, уверенности в своей правоте и способности

[53] См. также: Шихирев П. Н. Современная социальная психология. – М.: ИП РАН: КСП+; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 448 с.; Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

привлекать сторонников из числа большинства (С. Московичи). Влияние меньшинства (критиков, несогласных), в отличие от влияния большинства, имеет ряд особенностей:

– при воздействии меньшинства не возникает стрессовой ситуации, как при влиянии большинства;

– если на ранней стадии рассмотрения проблемы позиция меньшинства с ходу отвергается группой, то в случае последовательного и уверенного отстаивания своей позиции она начинает постепенно приниматься во внимание большинством;

– влияние меньшинства стимулирует гораздо более дивергентные стратегии мышления членов группы, способствует росту оригинальности и разнообразия предлагаемых решений, следовательно, большей их эффективности;

– в плане оригинальных решений влияние меньшинства может оказаться полезным, даже если его идея была ошибочной, поскольку оно стимулирует поиск правильного решения.

Так что руководителю стоит помнить высказывание К. Роджерса о том, что «даже худшие из критиков полезнее, чем лучшие из подпевал»[54]. Исходя из этого, следует избегать единообразия мнений по тем или иным вопросам, принимаемым решениям.

О том, как другие влияют на каждого из нас, свидетельствуют и такие социальные процессы, как социальная фасилитация и социальная ингибиция.

Социальная фасилитация (Н. Трипплетт, Р. Зайонц) – повышение скорости или продуктивности деятельности индивида вследствие актуализации в его сознании образа другого человека (или группы людей), выступающего в качестве соперника или наблюдателя за действиями данного индивида. Если реальное или воображаемое присутствие других людей создаёт воздействия тормозящего характера, приводит к ухудшению результатов деятельности, то говорят о *социальной ингибиции*.

Установлено, что возникновение описанных выше феноменов зависит от характера выполняемых человеком задач. Как правило, присутствие наблюдателей (или соперников) способствует улучшению несложной или хорошо подготовленной деятельности (например, сматывание лески, решение простых примеров или выступление спортсменов высокого класса на чемпионате мира), в то время как сложная, неподготовленная деятельность

[54] О нормативном влиянии меньшинства см.: Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

в присутствии наблюдателей, как правило, протекает менее продуктивно. Присутствие наблюдателя положительно влияет на количественные характеристики деятельности и отрицательно на качественные.

Социальная леность (эффект М. Рингельманна) заключается в следующем: люди прилагают меньше усилий в том случае, когда они объединяют свои анонимные усилия ради общей цели, нежели в случае индивидуальной ответственности, когда виден вклад каждого отдельно в общее дело. В чём причина социальной лености? Люди уверены, что их оценивают только тогда, когда они действуют в одиночку, в то время как групповая ситуация уменьшает боязнь оценки. К примеру, индивидуальная работоспособность, составляющая в группе из двух человек 90%, падает до 75% в группе из шести человек.

Социальная леность проявляется в меньшей степени, когда:

– совместная деятельность вызывающе трудна, притягательна и увлекательна;

– работники считают других членов своей группы ненадёжными или неспособными к продуктивной деятельности;

– члены группы – друзья;

– трудятся работники, принадлежащие к так называемым коллективистским (азиатским) культурам;

– группа состоит преимущественно из женщин.

Феномен деиндивидуализации (Л. Фестингер) состоит в следующем: когда нормативное сдерживание значительно ослабевает, происходит утрата самосознания и боязни оценки. Иными словами, вместе члены группы делают то, чего не стали бы делать в одиночку (вандализм, оргии, стихия толпы). Условиями проявления данного феномена являются: большая по размеру группа, физическая анонимность и обезличенность, возбуждающие и отвлекающие действия группы (аплодисменты, хлопки, пение хором, ритуальные мероприятия), ослабленное самосознание (например, вследствие действия алкоголя).

Феномен огруппления мышления (И. Джанис)[55] заключается в том, что для группы интересы групповой гармонии часто важнее принятия реалистических решений. Группа всегда стремится к гармонии даже вопреки требованиям принципа реализма. Это особенно верно, если у группы сильна

---

[55] Об исследованиях огруппления мышления см.: Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

потребность в единстве; группа изолирована от альтернативных идей; лидер даёт понять, чего он хочет от группы.

Сущность *феномена групповой поляризации* (С. Московичи, М. Заваллони) состоит в том, что обсуждение актуальных проблем в группе зачастую усиливает изначальные установки её членов, как положительные, так и отрицательные; происходит смещение средней тенденции к своему полюсу вместо раскола мнений внутри группы.

🕑 *Если вы заметили, что вы на стороне большинства, это верный признак того, что пора меняться.*

Марк Твен

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Кооперация – группа, в которой межличностные отношения опосредуются значимым для каждого содержанием совместной деятельности.

– Я. Л. Коломинский описывает динамику группового процесса, который разворачивается в двух сферах: деловой (решение задач) и межличностной (развитие групповой структуры).

– Деятельностный подход реализован в стратометрической концепции групповой активности А. В. Петровского.

– Группа-конгломерат выделяется в рамках организационно-управленческого подхода Е. С. Кузьмина.

– Идиосинкразический кредит представляет собой своеобразное разрешение на отклоняющееся от групповых норм поведение.

– Психологический обмен чаще всего понимается как ценностный обмен.

– Системная теория лидерства акцентирует внимание на взаимосвязи личностных и ситуационных факторов.

– Сплочённость как межличностная аттракция рассматривалась А. и Б. Лотт.

– В работах Л. Фестингера сплочённость понимается как ценностно-ориентационное единство.

– Сплочённость предполагает наличие бесконфликтного общения и согласованных действий группы в условиях совместной деятельности.

– Социальная фасилитация наблюдается тогда, когда деятельность проста или хорошо подготовлена.

Практические рекомендации

Как найти своё место в новой для вас группе

Кто такая Цепная Собака? Это такой член группы, который первым «лает» на вновь прибывшего. Цепная Собака мечтает стать лидером и иногда «скалит зубы» даже на руководителя. Кстати, Собака не всегда «лает», иногда она «ластится». Когда вы вступаете в сложившуюся группу, Цепная Собака вводит вас в курс дела: «кто есть кто». Основная её задача – вовлечь вас в свою группировку. Если в официальной группе несколько неформальных группировок, то вас будут «ласкать» несколько Цепных Собак. Они же вас будут потом и кусать.

Не торопитесь присоединиться к какой-либо группировке. В первые дни на новом месте вам лучше сосредоточить внимание на работе, чтобы всем стало ясно, какой вы специалист. А в остальных случаях лучше помалкивать. Постарайтесь понять цель группы и каждого её члена. Дайте понять руководителю, что ваши действия будут направлены на улучшение состояния дел и укрепление его положения. Ни в коем случае нельзя никому передавать те разговоры, которые ведут с вами Цепные Собаки. Есть риск превратиться в презираемого всеми осведомителя.

Если вы не войдёте ни в одну из группировок и ваша деятельность будет эффективна, то через некоторое время возле вас сформируется группа с целями, аналогичными вашим. И вы станете в ней неформальным лидером, сохранив при этом уважение руководителя.

(По М. Е. Литваку)

Практическое занятие 7
Групповая динамика

План занятия

1. Возникновение и развитие малой группы. Механизмы групповой динамики.
2. Лидерство и руководство, социальная власть в малой группе. Теории лидерства.
3. Стили лидерства (руководства) и их эффективность.
4. Сплочённость и совместимость.

5. Феномены групповой жизнедеятельности.
6. Процесс принятия группового решения.[56]

Тематика сообщений

1. Особенности групповой динамики в группах различного уровня развития
2. Методы принятия групповых решений.

Групповая дискуссия «Крушение самолёта»[57]

Вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 7. Далее ответьте на вопросы.

1. Приведите примеры феноменов группового давления и конформизма. Конформизм – это хорошо или плохо?
2. Как меньшинство может влиять на большинство?
3. Как вы справлялись с нежелательным для вас групповым давлением? Всегда ли вы в состоянии ему противостоять?
4. Определите зависимость развития группы от авторитета руководителя и стиля руководства.
5. Какие из феноменов групповой жизнедеятельности отражены в предложенных ниже пословицах или афоризмах?

У семи нянек дитя без глаза.

Через чужие глаза на мир смотрит.

На миру и смерть красна.

Не думай, что люди против тебя; по большей части они просто за самих себя (Дж. Фаулер).

Большинство – тот самый случай, когда все дураки на твоей стороне (Э. Эзар).

---

[56] См.: Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.; Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

[57] Практикум по социальной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

Рекомендация преподавателю: о подготовке и проведении групповой дискуссии см.: Максюта Г. В. Теория и методика социально-психологического тренинга: учеб.-метод. пособие. – Минск: РИВШ, 2007. – 52 с.

Тот, кто говорит «мы», не имеет в виду себя (Станислав Ежи Лец).

Человек серьёзно делает что-нибудь только тогда, когда он делает это для себя (А. И. Герцен).

Отвращение к мухам легко превращается в симпатию к паукам (В. Бутулеску).

Революцию готовят мыслители, а совершают бандиты (М. Асуэло).

Творческие задания

1. На основании изученных вами теорий и личного опыта предложите собственную теорию лидерства.
2. Проанализируйте достоинства и недостатки каждого подхода к определению групповой сплочённости (см. приведённые ниже определения).

Групповая сплочённость – такое групповое свойство, которое является производным от количества и силы взаимных позитивных установок членов группы (Lott & Lott).

Групповая сплочённость – сумма всех сил, действующих на членов группы с тем, чтобы удерживать их в ней (Л. Фестингер).

Сплочённость как ценностно-ориентационное единство – это характеристика системы внутригрупповых связей, показывающая степень совпадения оценок, установок и позиций группы по отношению к объектам (лицам, задачам, идеям, событиям), наиболее значимым для группы в целом (А. В. Петровский).

3. Проанализируйте видео «Ген всевластия. Эксперимент с крысами Дидье Дезора» (URL: https://www.youtube.com/watch?v=2PXI6F1EFH8). Каким образом выстраивается иерархия статусов в группе?

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.
3. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.
4. Дыгун М. А., Лутович Т. Ф. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях. – Мозырь: Содействие, 2007. – 108 с.

5. Кетс де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 311 с.

6. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах (Общие и возрастные особенности). – Минск: ТетраСистемс, 2001. – 432 с.

7. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

8. Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.

9. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

10. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

11. Нуркова В. В., Березанская Н. Б. Психология: учеб. – М.: Высш. образование, 2006. – 484 с.

12. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

13. Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

14. Харрис Т. А. Я – О'Кей, ты – О'Кей; пер. с англ. – М.: Смысл, 1997. – 328 с.

15. Шибутани Т. Социальная психология. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 544 с.

Тесты для самопроверки

1. Группа, объединённая только внутренними целями, не выходящими за её рамки, стремящаяся осуществить свои групповые цели любой ценой, в том числе и за счёт других групп, называется:

a) ассоциация;
b) корпорация;
c) кооперация;
d) конформизм.

2. Своеобразное разрешение на отклоняющееся от групповых норм (девиантное) поведение, которое даётся высокостатусным членам группы, называется:

a) социальная фасилитация;

b) конформизм;
c) идиосинкразический кредит;
d) социальная ингибиция.

3. Повышение скорости или продуктивности деятельности индивида вследствие актуализации в его сознании образа другого человека (или группы людей), выступающего в качестве соперника или наблюдателя за действиями данного индивида, определяется как:
a) социальная фасилитация;
b) конформизм;
c) идиосинкразический кредит;
d) социальная ингибиция.

4. Изменение поведения или убеждений под влиянием реального или воображаемого давления группы – это:
a) социальная фасилитация;
b) конформизм;
c) идиосинкразический кредит;
d) социальная ингибиция.

5. Позицией, противостоящей подлинному конформизму, является:
a) рефлексия;
b) негативизм;
c) борьба;
d) рациональный конформизм.

6. Заполните пропуски в таблице.

Отличительные характеристики лидера и руководителя

Характеристики лидера	Характеристики руководителя
Регулирует межличностные (неофициальные) отношения в группе	Регулирует … отношения в группе
Лидерство возникает стихийно, это менее стабильное явление, зависит от настроения группы	Руководитель …, это более стабильное явление
Система санкций зависит от …	Обладает более определённой системой санкций
Решения, касающиеся деятельности группы, более непосредственны	Процедура принятия решения более сложна, оно может не зависеть от …

Характеристики лидера	Характеристики руководителя
Лидерство – индивидуально-психологическая характеристика отношений в группе (элемент ...)	Руководство – социальная характеристика отношений в группе (элемент ...)

7. Демократический стиль эффективен в условиях … *(продолжите)*.

8. В случае высокой самоорганизации коллектива при решении творческих задач эффективен стиль:
   a) авторитарный;
   b) демократический;
   c) либеральный.

9. В условиях, близких к экстремальным; в жёстко заданных, алгоритмизируемых условиях (в армии); при низком уровне организации группы; для работников с низкой квалификацией эффективен стиль:
   a) авторитарный;
   b) демократический;
   c) либеральный.

10. Дела в группе идут сами собой; лидер не даёт указания; разделы работы складываются из отдельных интересов или исходят от нового лидера – это характеристики стиля:
   a) авторитарного;
   b) демократического;
   c) либерального.

Резюме темы 7

Групповая динамика – изменения, которые происходят в группе. В социальной психологии известно несколько моделей группообразования (А. В. Петровского, Л. И. Уманского, Б. Такмена), каждая из которых различным образом описывает динамику группового развития. К механизмам групповой динамики относят разрешение внутригрупповых противоречий, идиосинкразический кредит и психологический обмен.

Не следует отождествлять понятия «лидерство» и «руководство», которые, наряду с явными различиями, имеют и общие характеристики. И руководство, и лидерство опирается на наличие власти, т. е. возможности

влиять на поведение и деятельность других людей. Выделяют несколько типов власти: вознаграждающая, принуждающая, легитимная, референтная, эталонная.

Теории лидерства объясняют происхождение данного феномена. К ним относят теорию черт, ситуационную теорию, системную теорию и концепцию ценностного обмена.

Стиль руководства – это комплекс систематически используемых руководителем методов принятия решений, воздействия на подчинённых и общения с ними. Искусство управления состоит в выборе стиля. В зависимости от личностных особенностей руководителя, подчинённых, ситуации и задачи выбирается один из трёх стилей руководства: авторитарный, демократический и либеральный.

Одним из процессов групповой динамики является групповая сплочённость, которая характеризует степень приверженности группе её членов. Сплочённость тесно взаимосвязана с совместимостью. Совместимость членов группы означает, что данный состав группы возможен для обеспечения выполнения группой её функций. Можно выделить несколько уровней совместимости: физиологический, психофизиологический, психологический и социально-психологический. Для групповой сплочённости наиболее важны два последних уровня совместимости.

Группа оказывает влияние на её членов, которое проявляется в феноменах групповой жизнедеятельности, таких как конформизм, социальная фасилитация и ингибиция, социальная леность, феномены деиндивидуализации, огруппления мышления и групповой поляризации.

ТЕМА 8. МЕЖГРУППОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Лекция 8

Основные понятия: *этноцентризм, группоцентризм, внутригрупповой фаворитизм, межгрупповая дискриминация.*

8.1. Особенности межгрупповых отношений. Причины межгрупповой напряженности.
8.2. Внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая дискриминация.
8.3. Неудовлетворительное социальное сравнение и способы его компенсации.
8.4. Ситуационистский подход: «лагерные эксперименты» М. Шерифа.
8.5. Исследования межгрупповых отношений в отечественной социальной психологии.

8.1. Особенности межгрупповых отношений. Причины межгрупповой напряженности. Активность групп не ограничивается только внутренними процессами. Группы взаимодействуют с другими группами. В реальной повседневной жизни группы так же, как и отдельные люди, могут поддерживать друг с другом хорошие отношения и сотрудничать, испытывать взаимную враждебность и конфликтовать или вообще никак не взаимодействовать.

Первые исследования межгрупповых отношений проводятся на рубеже XIX–XX вв. Так, в работах Г. Лебона (1896) и У. Мак-Дугала (1916) анализировались межгрупповая враждебность и феномен этноцентризма, а психологические проблемы межгрупповых отношений рассматривались как последствия деления групп на «Мы» и «Они», «Свои» и «Чужие». В социальной психологии «свои», или группа, к которой принадлежит индивид, обозначается термином «ингруппа», в то время как аутгруппа – «чужие», группа, участником которой индивид не является.

Социальная реальность такова, что часто взаимоотношения групп приобретают форму конфронтации. В связи с этим выделяются различные **причины межгрупповой напряженности**.

Этноцентризм как одна из фундаментальных причин непонимания и конфликтов между группами установлена социологом У. Самнером (1906). Изучая этнические группы, он обнаружил, что каждая группа считает свои

социальные ценности, представления, традиции, верования единственно правильными, рассматривая себя как некий эталон, образец, которому должны следовать все остальные группы. Степень «неправильности» других групп определяется тем, насколько «они» не похожи на «нас». Эту установку этнических групп в отношении себя самих и всех остальных У. Самнер определил как **этноцентризм.** Это явление, по своей сути, аналогично эгоцентризму.

Этноцентризм объясняется различным образом. Согласно **теории социального сравнения** Л. Фестингера люди воспринимают и осознают себя, сравнивая себя с другими. Чаще всего сравнение производится в свою пользу, т. е. «Я» или «Мы» оценивается выше, чем «Он» или «Они».

Согласно **теории глубинной психологии** (А. Адлер, В. Райх) как национальное, так и индивидуальное самовозвеличивание в сочетании с уничижительным отношением к другим является бессознательной компенсацией зависти, обиды, беспомощности, униженности, т. е. чувства собственной неполноценности. В качестве примера такого массового компенсаторного процесса В. Райх приводит фашистское движение в Германии в 30-х гг. XX в., провозгласившего превосходство немецкой нации над всеми остальными. Следует отметить, что фашизм стремительно распространился и утвердился в Германии после ее унизительного поражения в Первой мировой войне.

Группоцентризм. Группы также воспринимают друг друга с позиции «Мы» и «Они». Группоцентризм, как и этноцентризм, характеризуется позитивным восприятием своей группы и негативным – всех других. Если, сравнивая себя с другими, члены группы не могут найти очевидных признаков своего превосходства, тогда используются умозрительные самокатегоризации с использованием словесной конструкции – «зато». Например, «зато мы щедрые, гостеприимные, отзывчивые, душевные». Т. Петтигрю (1973) отмечает, что свои собственные добрые дела члены группы объясняют своей изначальной природной склонностью к добродетели, а хорошие поступки других (т. е. «Они») объясняются простой случайностью. И, напротив, если «Мы» сами и делаем что-то нехорошее, то лишь случайно, а вот «Они» совершают то же самое, потому что они плохие от природы. Подобная асимметрия в восприятии оценки себя и других необходима группам, как и индивидам, для повышения самооценки.

Итак, этноцентризм – группоцентризм:

1) является распространенным способом группового самосознания;

2) не всегда и необязательно проявляется в крайних, острых формах. Экстремальное выражение этно- и группоцентризм приобретают в случаях ущемления групповой гордости и низкой самооценки;

3) в некоторых ситуациях члены одной группы («Мы») могут даже признавать превосходство другой («Они»). Это происходит, когда у членов группы «Мы», по крайней мере, имеется не схематичное, а более или менее полное и беспристрастное знание об «Они».

Категориальная асимметрия. Обнаруженная А. Тверски (1977) асимметрия восприятия оценки сходства и различия объектов помогает понять *когнитивные причины* формирования этно- и группоцентрической позиции. Суть эффекта асимметрии состоит в том, что сравнивая два объекта, люди могут совершенно искренне полагать, что один объект похож на другой (например объект А похож на объект Б), в то время как обратного сходства не наблюдается (т. е. объект Б не похож на объект А).

Одна из причин такой асимметрии (А. Тверски, 1977; К. Холиоук и П. Гордон, 1979) – в неодинаковой «когнитивной наполненности» сравниваемых объектов, т. е. «Они» и «Мы». Для каждого члена группы «Мы» – это категория, знакомая в деталях, в которую он включает и себя, и которую он принимает за эталон, или стандарт для сравнения. В то же время «Они» – это абстрактная, очень бедная по содержанию категория, в которой может иметься некоторое отдаленное сходство с «Мы». Поэтому сравнения осуществляются асимметрично: «Они» похожи на «Нас», но не наоборот.

Асимметрия могущества и статусов. Все группы отличаются друг от друга мерой могущества, влиятельности, статусом. Различия в могуществе, влиятельности и статусе очень часто приводят к усилению группоцентризма. Это характерно как для групп с относительно низким, так и с высоким статусом. В этом случае низкостатусные группы воспринимают привилегированное положение своих противников как несправедливое, незаслуженное, незаконное, временное. С позиции высокостатусной группы все выглядит прямо противоположным образом. Тем не менее, как одна, так и другая группа в сложившейся ситуации активно занимается самовозвеличиванием, самовосхвалением и выказывает крайний негативизм в отношении противной стороны (Р. Браун, 2001).

8.2. Внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая дискриминация. Если У. Самнер обнаружил пристрастное восприятие своей и чужих групп в результате наблюдения за этническими общностями, то британский психолог

Г. Теджфел и его коллеги пришли к аналогичным выводам в ходе многочисленных экспериментов с так называемыми «минимальными группами». Первоначально испытуемыми в экспериментах Теджфела и его коллег (1971) выступали дети. Исследователи разделяли их на две исключительно условные, или номинальные, группы, каждая их которых считалась якобы поклонницей одного их двух художников-абстракционистов: Пауля Клее и Василия Кандинского. Затем детей просили распределить деньги между членами «своей» и «чужой» группы, используя составленную исследователями матрицу распределения сумм. Все пункты матрицы, за исключением одного, содержали диспропорцию в суммах в пользу либо одной, либо другой группы.

Личности получателей денег ни в ингруппе, ни в аутгруппе ребенку, которому предстояло делать выбор, были неизвестны. Кроме того, чтобы лишить детей корыстной мотивации им сообщали, что самим им из распределяемых сумм ничего не достанется.

Хотя дети и старались быть справедливыми, но тем не менее, стремились распределить большую сумму для получателя из ингруппы, а не из аутгруппы. Причем их явно не устраивал реально справедливый вариант, где суммы действительно могли оказаться равными как для «своих», так и для «чужих».

Таким образом, исследования Г. Теджфела убедительно доказали наличие внутригруппового фаворитизма и межгрупповой дискриминации во взаимодействиях даже «минимальных» групп. Впоследствии в нескольких десятках исследований, концептуально воспроизводящих эксперименты Теджфела, проведенных в различных странах с участием людей различного пола и возраста были получены аналогичные результаты.

Результаты исследований и «минимальных», и реальных групп требовали теоретического объяснения. Сам Г. Теджфел и его коллеги (1971) первоначально искали причины межгрупповой дифференциации в нормах соревновательности, в желании одной группы (команды) победить другую. Но парадигма исследований Теджфела противоречила этим выводам – в его экспериментах не было ситуаций соперничества, отсутствовали даже сами предпосылки к «одержанию победы».

Другое объяснение причин межгрупповой дифференциации предлагалось с позиции анализа когнитивных процессов межгруппового восприятия. Однако и это объяснение неполное, т. к. называет лишь одну из причин, к тому же не самую существенную. А существенным здесь остается другой

вопрос – почему именно «свои», а не «чужие» выглядят лучше в межгрупповом восприятии? На него-то и пытается дать ответ **теория социальной идентичности.** В ролевую структуру Я-концепции включается принадлежность ко всем социальным группам, с которыми человек себя идентифицирует. Люди предпочитают иметь завышенную, а не заниженную самооценку.

Именно с этих позиций Г. Теджфелу и Дж. Тернеру удалось дать вполне удовлетворительное объяснение внутригрупповому фаворитизму и межгрупповой дискриминации (Tajfel H. & Turner J., 1986). Суть его в том, что принадлежность к группе, будучи частью нашего самосознания, может повышать, а может и понижать нашу самооценку. Понятно, что вхождение в «хорошую» группу и идентификация с ней обеспечивает человеку позитивное представление о себе. И наоборот, идентификация с «плохой» группой способна сделать человека «плохим» в его собственных глазах.

Но знание о том, «что такое хорошо и что такое плохо» согласно теории социального сравнения Л. Фестингера, мы получаем в процессе социального сравнения. Мы сравниваем не только себя с другими, но и свою группу с чужой. Например, свою семью мы сравниваем с другими семьями, свою нацию с другими нациями. Если наша группа лучше или, по крайней мере, не хуже других, то это дает повод каждому ее члену гордиться не только группой, но и самим собой.

Как уже говорилось раньше, объективное сравнение своей группы с чужой не всегда приводит к позитивной самооценке. Каким образом в этих условиях можно сохранить высокую самооценку, а уж тем более поднять ее? Теория социальной идентичности полагает, что люди добиваются этого посредством межгрупповой дискриминации. Проявление внутригруппового фаворитизма – это лишь один из многих возможных способов межгрупповой дискриминации.

8.3. Неудовлетворительное социальное сравнение и способы его компенсации. Рассмотрим проблему взаимоотношений групп с неравными статусами. Это неравенство может проявляться по многим критериям: экономическому, социальному, этническому (группы нацменьшинств и доминирующие национальности), гендерному. В том случае, когда члены группы с низким статусом сравнивают себя с высокостатусными, то результаты для них будут неудовлетворительными. Одним из результатов неудачного социального сравнения может стать попытка изменения своего индивидуального статуса посредством выхода из прежней, низкостатусной группы

и перехода в высокостатусную. Но это сложно и не всем под силу. Как отмечает Н. Эльмерс и его коллеги (1988), в любом случае для того, чтобы перейти из низкостатусной группы в высокостатусную, индивид должен обладать какими-то особыми характеристиками и способностями, отличающими его от других.

Если переход из одного социально-экономического класса в другой хоть и сложный, но все же принципиально возможный, то выход из других низкостатусных групп вообще сопряжен с рядом неразрешимых проблем. Так, например, принципиально невозможно поменять расовую или национальную группу.

Существуют и другие ограничения, препятствующие переходу членов низкостатусных групп в высокостатусные. Например, отсутствие необходимых способностей, сильная идентификационная связь с группой, социально-психологическая непроницаемость границ как своей, так и чужой групп и т. д. Во всех этих обстоятельствах итоги неблагоприятного социального сравнения компенсируются не индивидуальными, а коллективными средствами и коллективным поведением.

Теория межгрупповых отношений выделяет **три основных способа коллективной компенсации в случае неблагоприятного сравнения**:

1. Ограничение числа объектов для сравнения.
2. Изменение, вернее даже изобретение других параметров для сравнения.
3. Противоборство с доминирующими группами за изменение существующего положения вещей.

Охарактеризуем каждый из перечисленных вариантов коллективных компенсаторных действий, которые Г. Теджфел и Дж. Тернер (1986) называют «когнитивными альтернативами».

Выбор любой из альтернатив зависит от того, насколько прочным и незыблемым воспринимается существующий социальный порядок. Если он ощущается как стабильный и единственно возможный (т. е. существующий «от века»), то низкостатусные группы ограничиваются сравнением своего положения с положением таких же по статусу групп. Таким образом, выбор для сравнения заведомо беспроигрышного социального объекта дает возможность членам относительно низкостатусных групп поддерживать удовлетворительную самооценку. Этот психический комфорт подчиненных групп в свою очередь укрепляет и поддерживает существующие социальные порядки.

Другой вариант социального сравнения связан с изменением параметров сравнения. В данном случае низкостатусные группы сами произвольно определяют критерии своего превосходства. «Психологика» идентификационного поведения контркультурных групп строится примерно на таком рассуждении: «Пусть вы благополучные, процветающие, самоуверенные, пусть вы владеете этим миром, навязывая свои нормы и ценности, но *зато* мы их не признаем, не соблюдаем условностей, одеваемся как хотим и поэтому ощущаем свое безмерное превосходство над вами». Есть все основания предположить, что этот способ групповой социальной идентификации появился в человеческой истории относительно недавно, а именно: когда возникла проблема конфликта «отцов и детей».

И, наконец, третий вариант коллективной компенсации – прямая и открытая конфронтация с господствующими группами. Эта тактика может использоваться лишь в условиях ощущаемой социальной нестабильности. Как правило, ранее дискриминируемая, притесняемая, эксплуатируемая, подчиненная группа, заняв высокостатусное положение в обществе, начинает вести себя точно так же, как прежде доминирующая группа, т. е. дискриминировать, притеснять, эксплуатировать и т. д. новые низкостатусные группы.

Таким образом, теория социальной идентичности, объясняя причины возникновения дискриминационных межгрупповых отношений, дает возможность прогнозировать развитие межгрупповых взаимодействий.

8.4. Ситуационистский подход: «лагерные эксперименты» М. Шерифа. С иных теоретических позиций взглянул на проблему межгрупповых отношений Музафер Шериф. Л. Росс и Р. Нисбетт полагают, что его исследования, считающиеся классическими в американской социальной психологии, были навеяны идеями Карла Маркса, однозначно утверждавшего, что «не сознание людей определяет их общественное бытие, а наоборот – общественное бытие определяет сознание» (Росс Л., Нисбетт Р., 2000).

Проводя свои эксперименты (1953, 1955, 1961), М. Шериф и его коллеги стремились показать, что межгрупповые предубеждения и враждебность являются следствием борьбы между группами за ограниченные ресурсы. Поэтому нет оснований рассматривать межгрупповые конфликты как неизбежный результат самого факта существования различных социальных групп. Межгрупповую напряженность порождает конфликт интересов, реальных или надуманных, вызванных взаимным недоверием и подозрительностью.

Для проверки этой гипотезы Шериф и его исследовательская группа в течение ряда лет организовывала в местечке Роббер Кейв летний лагерь отдыха для 11-, 12-летних белых мальчишек-подростков, выходцев из среднего класса. Этот лагерь ничем не отличался от любого другого детского лагеря отдыха, за исключением одного – в качестве обслуживающего персонала в нем работали психологи – исследователи, наблюдавшие за поведением подростков и создававшие те или иные исследовательские ситуации. Сами мальчишки, проживающие в лагере, не знали, что участвуют в эксперименте, но об этом знали их родители.

В первой фазе исследования подростки, разделенные на группы, поселялись в отдельные домики, взаимодействие между группами практически отсутствовало. Но в то же время в каждой группе шло активное внутригрупповое становление. Исследователи планировали деятельность групп так, чтобы в них развивалась внутригрупповая сплоченность, определялись групповые роли, включая лидерские, нормы, правила поведения и санкции против тех, кто их нарушает и вообще «выступает».

Завершение формирования групп знаменовалось тем, что ребята начинали осознавать себя в качестве единого целого, о чем свидетельствовало появление самоназваний – «Орлы» и «Гремучие змеи». Таким образом, первая фаза исследования завершалась появлением внутренней иерархии, символики, жаргона и других признаков групповой структуры.

В следующей фазе исследователи давали группам возможность узнать о существовании друг друга, между ними устраивались соревнования. В состязательном взаимодействии победа одних означает поражение для других. Победители получают награды, славу, испытывают гордость и радость. Проигравшие не получают ничего, кроме разочарования, чувства обиды, зависти и злости. Неудивительно, что в условии конкуренции интересов между группами возник серьезный конфликт.

Члены противоборствующих групп стали называть друг друга презрительными прозвищами («Вонючки», «Заморыши» и т. д.), искали поводы для стычек, совершали налеты на жилища друг друга. «Обострение зашло так далеко, что обе группы уже не хотели не только как-то взаимодействовать, но даже терпеть присутствие другой группы рядом с собой.

Вполне закономерно, что чем жестче и острее происходило *межгрупповое размежевание,* тем сильнее в обеих группах становилась *внутригрупповая сплоченность.* Наблюдавшие за этими процессами исследователи

пришли к выводу, что с началом соревнований норма мирного сосуществования утратила силу, ей на смену пришли вражда и борьба.

Относительно просто создать конфликт, гораздо сложнее его разрешить. Поэтому самой важной частью исследования была третья фаза, в ходе которой необходимо было найти способ примирения конфликтующих групп подростков.

Для достижения этой цели исследовательская группа Шерифа пыталась использовать различные методы. Прежде всего они постарались ослабить враждебность мальчишек посредством обращения к их религиозным и моральным ценностям. На воскресных церковных службах подросткам проповедовали заповедь братской любви, прощения врагам своим и ценность мирного сотрудничества. Но как только проповедь заканчивалась, мальчишки возобновляли военные действия.

Введение в ситуацию третьей группы, которая должна была выступить в роли «общего врага» и отвлечь враждебность на себя, только расширило сферу конфликта. Предложение о встрече лидеров двух враждующих групп было отвергнуто, т. к. шаги к примирению, сделанные вожаками, могли быть истолкованы их соратниками как измена интересам группы.

Однако конфликт между «Орлами» и «Змеями» начинал приобретать затяжной характер, и группы уже вели себя так, как ведут себя любые группы, давно находящиеся в конфронтации.

Ослабление вражды, а затем и примирение, стало возможным только после того, как обе группы были вынуждены выполнять **неординарные задачи**. Эти задачи характеризуются тем, что с одной стороны, они жизненно значимы для каждой из групп, а с другой – выполнить их можно только сообща, усилиями обеих групп.

Исследователи создали целый ряд таких ситуаций, в которых требовалось объединение усилий групп, чтобы решить вдруг возникшие проблемы. Сначала враждующие группы вынуждены были начать взаимодействовать, чтобы найти течь в водопроводе, дабы всем вместе не остаться без воды. Затем им пришлось в складчину брать напрокат нравившиеся обеим группам кинофильмы, сообща тянуть заглохший по дороге грузовик, на котором в лагерь завозились продукты. Причем грузовик подростки тянули с помощью той самой веревки, которую раньше они использовали во время межгрупповых состязаний по перетягиванию каната.

Применяя именно эту стратегию, исследователи получили желаемые результаты. Процесс решения неординарных задач привел к тому, что группы

стали более терпимо, а затем и дружественно относиться друг к другу, между ними начали устанавливаться мирные, а затем и приятельские отношения. По окончании сезона большинство бывших врагов захотели возвращаться домой в одном автобусе. Фактически, в ходе решения общих, неординарных задач две ранее конфликтующие группы трансформировались в одну.

Результаты исследования не позволяют делать вывод, что произошло примирение *двух групп,* которые продолжили затем мирное сосуществование. Примирение и разрешение конфликта стало возможно за счет ликвидации обеих конфликтующих групп в ходе решения неординарных задач и появление вместо двух *одной* группы подростков. Ведь в действительности у мальчишек, входящих в обе группы, произошли изменения в самоидентификации и вместо того, чтобы идентифицировать себя как «Орлов» или «Гремучек», они стали осознавать себя как членов единой группы: «Парни без воды» или «Ребята без еды».

Здесь важно подчеркнуть еще один аспект проблемы: лишь *успешное* решение неординарных задач может способствовать появлению общей для ранее враждовавших групп самоидентификации. И это понятно – всем хочется идентифицироваться с успехом, а не с провалом. Если же успех не будет достигнут, тогда существовавший прежде конфликт между группами, получит новый импульс. Группы начнут обвинять в причинах поражения друг друга. Именно изменения в самоидентификации членов взаимно враждебных групп способствуют в конечном итоге разрешению конфликта, поскольку вместо разделения на «Мы» и «Они» формируется единое «Мы».

Но этот вывод противоречит гипотезе М. Шерифа и его коллег, которые полагали, что одного факта сосуществования раздельных групп недостаточно, чтобы между ними возникла вражда. Поэтому в своих исследованиях Шериф и стремился создать ситуацию конфликта интересов как *действительно необходимого* условия для появления враждебности и межгрупповой борьбы.

Но дальнейшие исследования в сфере межгрупповых отношений поставили под сомнение как саму гипотезу Шерифа об исключительной власти ситуации, так и в целом марксистское понимание общественных отношений, понимание, которое абсолютизирует роль «общественного бытия» и игнорирует роль человеческого сознания. Г. Теджфел и его коллеги, как уже отмечалось ранее, продемонстрировали в серии экспериментов, что простого разделения людей даже не на реальные, а лишь номинальные группы, уже достаточно для того, чтоб породить внутригрупповой фаворитизм и межгрупповую дискриминацию.

8.5. Исследования межгрупповых отношений в отечественной социальной психологии. Исследования межгрупповых отношений, выполненные отечественным социальным психологом В. С. Агеевым в рамках деятельностного подхода, показали, что межгрупповая дискриминация может быть снята или существенно ослаблена в зависимости от целей и характера организации межгруппового взаимодействия.

В. С. Агеев (1983) исследовал особенности межгруппового восприятия в условиях разных видов межгруппового взаимодействия. В первом эксперименте исследователь организовывал соревнование между группами учащихся техникума за право получения зачета. По условиям эксперимента победить (т. е. получить зачет по результатам выступлений на семинарском занятии) могла только одна из групп. В экспериментальных группах по сравнению с контрольной, где зачет проставлялся не группе в целом, а индивидуально, было зафиксировано значительно большее число выступлений, направленных на поддержку своей группы и обеспечение ее победы в соревновании. По результатам межгруппового сравнения и оценки отмечалось ярко выраженное предпочтение ингруппы по сравнению с группой соперников по всем критериям (учеба, проведение досуга, взаимоотношения в группе). Одновременно отмечалась более выраженная степень идентификации со своей группой (частота употребления местоимений «мы» и «они»).

Во втором эксперименте по просьбе исследователя на первом этапе воспитатели организовывали спортивные соревнования между звеньями одного из отрядов пионерского лагеря и всячески поддерживали состязательные отношения между детьми, на втором – организовывали их совместную работу в совхозе, где также проводилось соревнование между звеньями, но без специального акцентирования состязательных отношений между участниками. По результатам исследования на первом этапе было обнаружено резкое возрастание проявлений внутригруппового фаворитизма во взаимодействии и взаимных оценках представителей разных групп по сравнению с фоновыми показателями (т. е. до начала проведения соревнований), а на втором этапе – столь же резкое его снижение. На основании полученных данных автор сделал вывод о том, что на выраженность внутригруппового фаворитизма оказывает влияние не столько характер взаимодействия между группами (оно было соревновательным на обоих этапах эксперимента), сколько характер совместной деятельности групп, ограниченный узкогрупповыми целями на первом этапе и имеющий надгрупповую социальную ценность на втором.

Данные этого исследования показали зависимость адекватности межгруппового восприятия от конкретных факторов межгруппового взаимодействия. В частности, было отмечено, что межгрупповая дискриминация может быть снята или существенно ослаблена в зависимости от целей и характера организации межгруппового взаимодействия.

Согласно результатам исследования И. Р. Сушкова (1988, 1999), изучавшего межгрупповые отношения в производственной организации, установлено, что в условиях совместной деятельности в производственной организации у представителей групп формируются системы взаимных требований к партнерам по совместной деятельности. На основании этих требований происходит сравнение и оценка своей группы и группы-партнера. В исследовании выявлена зависимость значимости ряда требований, предъявляемых к ингруппе и аутгруппам, от характера распределения ответственности за конечные результаты совместной деятельности. По результатам межгруппового сравнения и оценки по изучаемым параметрам была обнаружена тенденция предпочтения своей группы и переоценки ее качеств, которая отражает приверженность индивидов к группе и не может однозначно характеризоваться как сугубо отрицательное явление.

В исследованиях В. П. Познякова (1992) рассматривалась динамика межгрупповых отношений трудовых коллективов в условиях организационно-экономических нововведений, связанных с изменением формы собственности на предприятии. Эмпирическое исследование проводилось в коллективах производственных подразделений одного из сельскохозяйственных предприятий в период перехода на арендный подряд.

Результаты исследования показали, что в условиях изменения формы собственности на предприятии происходили качественные изменения социально-психологических отношений и внутри подразделений, и между ними – смена ведущих оснований процессов межгрупповой дифференциации и интеграции. Ведущим основанием формирования и обособления первичных трудовых коллективов стали экономические отношения совместной групповой собственности. При переходе к коллективной форме собственности в подразделениях отмечалось усиление тенденции внутригрупповой интеграции. Оно проявлялось в более сильной эмоциональной приверженности работников к своему коллективу, повышении удовлетворенности своей принадлежностью к нему. Вместе с тем в межгрупповых отношениях

между подразделениями увеличилось число конфликтов, проявлений недоброжелательности, враждебности, снизилась готовность к сотрудничеству, согласованному решению спорных вопросов. Эти явления свидетельствуют об эффекте межгрупповой дезинтеграции, сопровождающей переход к новым производственно-экономическим отношениям. Эмпирически был установлен факт относительной независимости процессов дифференциации и интеграции на внутригрупповом и межгрупповом уровнях.

В исследовании изучалось также влияние изменения характера межгрупповых отношений на результаты межгруппового сравнения и оценки по ряду критериев (результаты работы, отношение к труду, взаимоотношения в коллективе, привлекательность коллектива в целом). Полученные в ходе исследования данные свидетельствуют, что результаты межгруппового сравнения и оценки нельзя однозначно связывать с характером межгрупповых отношений. Процессы межгруппового сравнения и оценивания выполняют, по крайней мере, две различные функции в обеспечении жизнедеятельности коллективов:

– адекватное межгрупповое сопоставление, необходимое для обеспечения нормального взаимодействия коллективов (какую бы форму – кооперативную или конкурентную – это взаимодействие ни принимало);

– обеспечение эмоциональной приверженности к своему коллективу (и связанной с ним переоценки привлекательности своего коллектива), необходимой для обеспечения его психологической общности.

Очевидно, что в условиях изменения форм собственности и экономической деятельности происходит изменение значимости критериев сравнения и оценки своей и других групп по степени их привлекательности. Наряду с критериями межличностных отношений все более важную роль начинают играть критерии отношения к работе и ее результатам.

🕐 *Между родственными людьми – самые сложные отношения. Самые жестокие. Беспощадные конфликты – с самыми близкими по крови. Потому что слишком хорошо знают все достоинства и недостатки. Слишком близко живут. Государства тоже «устают» от соседства.*

А. Н. Сокуров

Практическое занятие 8

План занятия

1. Особенности межгрупповых отношений. Причины межгрупповой напряженности.
2. Внутригрупповой фаворитизм и межгрупповая дискриминация.
3. Неудовлетворительное социальное сравнение и способы его компенсации.
4. Ситуационистский подход: «лагерные эксперименты» М. Шерифа.
5. Исследования межгрупповых отношений в отечественной социальной психологии.

Тематика сообщений

1. Оптимизация взаимоотношений между группами.
2. Игра с нулевой суммой и ее последствия.

Вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 8.

1. Перечислите и охарактеризуйте причины межгрупповой напряженности.
2. Что общего между этно- и группоцентризмом?
3. Приведите примеры категориальной асимметрии.
4. Расскажите об исследованиях межгрупповой дискриминации и внутригруппового фаворитизма. Как объясняются эти явления?
5. Охарактеризуйте три основных способа коллективной компенсации в случае неблагоприятного сравнения.
6. Какую гипотезу проверял М. Шериф в своем эксперименте? Подтвердилась ли она?
7. Расскажите об исследованиях межгрупповых отношений в отечественной психологии. Какие важные открытия сделали ученые?

Творческое задание

1. Найдите в сообщениях средств массовой коммуникации, художественных фильмах или литературе примеры межгрупповой дифференциации.

2. Найдите в средствах массовой коммуникации или художественном фильме описание межгруппового конфликта. Опишите его содержание. Укажите, в чем, на ваш взгляд, заключается угроза, которую аутгруппа представляет для ингруппы.

3. Составьте программу для улучшения отношений между этими группами с помощью личного контакта. Выберите форму взаимодействия между представителями этих групп. Укажите, какие мероприятия можно провести.

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.

2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.

3. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.

4. Дыгун М. А., Лутович Т. Ф. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях. – Мозырь: Содействие, 2007. – 108 с.

5. Кетс де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 311 с.

6. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах (Общие и возрастные особенности). – Минск: ТетраСистемс, 2001. – 432 с.

7. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

8. Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.

9. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

10. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

11. Нуркова В. В., Березанская Н. Б. Психология: учеб. – М.: Высш. образование, 2006. – 484 с.

12. Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.

13. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

14. Почебут Л. Г. Социальная психология толпы. – СПб.: Речь, 2004. – 231 с.
15. Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

Тесты для самопроверки

1. Группа рассматривает себя как некий эталон, образец, которому должны следовать все остальные группы – это:
   a) группоцентризм;
   b) эгоцентризм;
   c) этноцентризм.

2. Согласно теории социальной идентичности люди склонны входить в «хорошую» группу, так как это позволяет им:
   a) сделать карьеру;
   b) иметь позитивное представление о себе;
   c) иметь адекватную самооценку.

3. Суть эффекта … *(дополните)* состоит в том, что, сравнивая два объекта, люди могут совершенно искренне полагать, что один объект похож на другой (например объект А похож на объект Б) в то время как обратного сходства не наблюдается (т. е. объект Б не похож на объект А).

4. В эксперименте Тэджфела дети стремились распределить большую сумму для получателя из … *(дополните)* группы.

5. Теория межгрупповых отношений выделяет три основных способа коллективной компенсации в случае неблагоприятного сравнения:
   a) ограничение числа объектов для сравнения;
   b) ? ;
   c) противоборство с доминирующими группами за изменение существующего положения вещей.

6. Межгрупповые предубеждения и враждебность являются следствием борьбы между группами за ограниченные ресурсы – точка зрения:
   a) М. Шерифа;
   b) Г. Тэджфела;
   c) З. Фрейда;
   d) К. Маркса.

7. В эксперименте Шерифа группы подростков сначала назывались:
   a) «Парни без воды» и «Ребята без еды»;
   b) «Львы» и «Пантеры»;
   c) «Орлы» и «Гремучие змеи»;
   d) «Вонючки» и «Заморыши».

8. Чем жестче и острее происходило … *(дополните)*, тем сильнее в обеих группах становилась внутригрупповая сплоченность.

9. Неординарные задачи – это задачи, которые … *(дополните)*.

10. В. С. Агеев сделал вывод о том, что на выраженность внутригруппового фаворитизма оказывает влияние не столько соревновательный характер взаимодействия между группами, сколько … *(дополните)*.

Резюме темы 8

Межгрупповые отношения напоминают отношения между людьми: группы могут сотрудничать, никак не взаимодействовать или находиться в напряженных отношениях. К причинам межгрупповой напряженности относят: этно- и группоцентризм, категориальную асимметрию, асимметрию могущества и статусов. Для каждой группы характерен внутригрупповой фаворитизм (предпочтение своей группы) и межгрупповая дискриминация.

Существует проблема взаимоотношения групп с неравными статусами. В случае неблагоприятного сравнения с аутгруппой используются способы коллективной компенсации: ограничение числа объектов для сравнения, изменение параметров для сравнения и противоборство с доминирующими группами с целью изменения существующего положения вещей.

Исследования причин межгрупповой напряженности позволили установить, что межгрупповые конфликты могут быть следствием борьбы между группами за ограниченные ресурсы, вследствие чего возникает конфликт интересов. При этом, чем жестче и острее происходит межгрупповое размежевание, тем сильнее становится внутригрупповая сплоченность. Ослабить межгрупповую враждебность помогают неординарные задачи, которые характеризуются тем, что они жизненно значимы для каждой из групп, но выполнить их можно только сообща, усилиями обеих групп.

Установлено, что на выраженность внутригруппового фаворитизма оказывает влияние не столько характер соревновательного взаимодействия между группами, сколько характер совместной деятельности групп: ограниченный узкогрупповыми целями или имеющий надгрупповую социальную ценность.

ТЕМА 9. ПСИХОЛОГИЯ БОЛЬШИХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП

Лекция 9

Основные понятия: *большая социальная группа, толпа, публика, аудитория, убеждение, внушение, подражание, паника, слухи, социальное движение.*

9.1. Виды больших социальных групп и их специфические особенности.
9.2. Психологические особенности массообразования. Структура психики массы.
9.3. Элита и масса. Проблема социального лидерства.
9.4. Типы стихийных групп.
9.5. Механизмы массовой психологии.
9.6. Социальное движение и его особенности.

9.1. Виды больших социальных групп и их специфические особенности. Изучение больших социальных групп является важнейшей проблемой социальной психологии, поскольку именно в таких группах формируются социальные ценности, нормы, потребности, установки, и лишь затем исторический и культурный опыт «доводится» до индивида через посредство малой группы и межличностного общения. По этой причине социально-психологический анализ больших социальных групп может рассматриваться как своеобразный «ключ» к познанию содержания психики индивида.

Что же понимается под термином «большая социальная группа»? Большие *в количественном отношении* группы людей разделяются на два вида:

1) случайно, стихийно возникшие, достаточно кратковременно существующие общности (толпа, публика, аудитория);
2) социальные группы в точном значении этого слова, т. е. группы, сложившиеся в ходе исторического развития общества, занимающие определённое место в системе общественных отношений данного типа общества и потому долговременные, устойчивые в своём существовании (классы, нации, народности, профессиональные, возрастные группы).

Существуют определённые *общие признаки*, отличающие большие группы от малых:

1) специфические регуляторы поведения (нравы, обычаи, традиции);

2) образ жизни группы (единство особенностей жизненной позиции групп со специфическими регуляторами поведения);

3) общие интересы, ценности, потребности;

4) наличие специфического языка (национальный язык или арго, жаргон).

Каждая разновидность больших групп обладает своеобразием: нельзя выстраивать в один ряд класс, нацию и какую-либо профессию. Значимость каждого вида больших групп в историческом процессе различна, как различны и многие их особенности.

Структура психологии большой группы включает в себя различные психические свойства, психические процессы и психические состояния. Многие исследователи выделяют две части в содержании этой структуры:

1) *психический склад* как более устойчивое образование (включает национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы);

2) *эмоциональная сфера* как более подвижное, динамическое образование (содержит в себе потребности, интересы, настроения).

Рассмотрим в качестве примера содержание структуры психологии этнической группы (нации либо народности)[58]. Говоря о *психическом складе* наций, в первую очередь выделяют национальный характер – совокупность типических черт, которые проявляются наиболее отчётливо в тех случаях, когда выступают не отдельные люди, а группы. Вместе с тем, нельзя абсолютизировать черты национального характера. Во-первых, в любой группе людей переплетаются национальные и социальные характеристики. Во-вторых, каждая из выделенных в национальном характере черт является общечеловеческой, поэтому можно говорить не о «наборе» черт национального характера, а о специфике их проявления (английский юмор, итальянская экспансивность, белорусская толерантность)[59]. Особую роль в формировании национального характера играет язык, ведь передача черт национального характера осуществляется в процессе социализации, прежде всего, через посредство языка. Язык формирует определённый менталитет.

Если говорить о темпераменте как элементе психического склада этнической группы, то можно иметь в виду лишь специфические сочетания преобладающих типов темперамента в данной группе (например, ироническое

---

[58] О психологии нации см.: Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

[59] О национальных особенностях представителей различных народов см.: Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

выражение «горячие» финские парни» не подразумевает, что среди финнов нет представителей холерического темперамента). Если характеризовать способности, то при равных культурных возможностях средние достижения членов каждой этнической группы примерно одинаковы.

Описывая *эмоциональную сферу* этнической группы, следует упомянуть о её отношении к другим группам. Дело в том, что при восприятии членов других этнических групп могут возникать *этнические стереотипы.* Каждая группа осознаёт отличия собственной группы от других, её особенности, таким образом, формируется «мы-чувство». Образ других групп упрощается, межэтнические отношения (враждебные или дружественные) формируют особую установку на представителя другой группы. Образ, построенный в соответствии с этой установкой, и есть этнический стереотип.

От констатации особенностей своей этнической группы легко можно перейти к оценке другой группы, и тогда возможны искажения её образа. Когда члены группы рассматривают позицию своей этнической группы как эталон, зачастую враждебно относясь к другим группам, можно говорить об *этноцентризме* – склонности воспринимать все жизненные явления с позиции своей этнической группы.

Как соотносятся психологические характеристики большой группы и сознания каждой отдельной личности, в неё входящей? Психологические характеристики группы представляют собой то *типичное*, что характерно *всем* индивидам, но совсем не сумму черт, свойственных каждой личности. Психология группы есть то общее, что присуще в той или иной мере всем представителям данной группы, т. е. типичное для них, порождённое условиями существования. Общие, типичные черты представителей социальной группы дают возможность говорить о социальном типе личности, т. е. типе, свойственном некоторой социальной группе («тип молодого человека XXI века», тип учителя). Таким образом, психический склад группы и психический склад личности не совпадают полностью.

Общественная психология больших социальных групп изучается при помощи методов этнографии (анализ продуктов культуры), социологии (статистический анализ), языкознания (анализ языковых систем). Во французской психологической школе разработаны методы исследования *социальных представлений* – обыденных представлений какой-либо группы о тех или иных социальных явлениях, т. е. способов осмысления повседневной реальности. Представители определённой культуры усваивают сходные способы

восприятия мира, формируют сходный образ мыслей, что выражается в сходных образцах поведения. Менталитет большой социальной группы определяет типичный для неё набор социальных представлений и соответствующих им образцов поведения (например, менталитет интеллигенции).

9.2. Психологические особенности массообразования. Структура психики массы. Психология масс имеет свой характер, как его имеет и психология народа. Однако характер массового поведения не несёт в себе никакой печати индивидуальности в отличие от специфики того или иного народа. Характер массовой психологии и поведения людей в высшей степени стандартизирован, она несёт отпечаток не столько субъективности, сколько ситуативности.

История социальной психологии «начиналась с анализа стихийных групп и массовых движений. Среди основоположников массовой психологии можно выделить французских учёных Г. Ле Бона (Лебона) и Г. Тарда. Наиболее известная книга Г. Лебона «Психология толп» (1895) в России вышла под названием «Психология народов и масс» (1898). Французский юрист и социолог Г. Тард является автором ряда книг: «Законы подражания», «Мнение и толпа», «Мнение и власть» и др. В данной лекции мы, анализируя особенности стихийных групп, будем опираться на представления данных авторов.

Вначале рассмотрим *психологические особенности массообразования.*

Исходным моментом массообразования является чувство одиночества. Масса обеспечивает чувство слитности с другими, а значит и ощущение своей значимости и могущества, даёт человеку возможность действовать бездумно, избавляя его от чувства ответственности. В этом и состоит сущность деиндивидуализации человека в массе. Достигается она, по мнению Г. Лебона, благодаря действию взаимогипноза. З. Фрейд настаивал на либидозной[60], сексуальной подоплёке гипноза и полагал, что в массе осуществляется двойной гипноз: вождь гипнотизирует массу, а члены массы – друг друга. В результате масса становится единым социальным организмом и ведёт себя как не имеющий воли и сознания биоробот.

Д. В. Ольшанский выделяет следующие механизмы стихийного поведения:

1) *«циркулярная реакция»:* та или иная эмоция, подхватываясь другими людьми, возвращается к вам как бы по кругу. Это первый этап формирования

---

[60] Либидо – одно из основных понятий психоанализа З. Фрейда, означающее преимущественно бессознательные сексуальные влечения, способные к вытеснению и сложной трансформации.

массы. Циркулярная реакция каждый раз воспроизводится заново при включении в общность новых людей. Это происходит в тех случаях, когда эмоция и её повод достаточно актуальны и значимы для людей. Тем самым обеспечивается второй этап – «эмоциональное кружение»;

2) *«эмоциональное кружение»* данного психофизиологического состояния: в стихийно складывающейся общности та или иная эмоция как бы ходит по кругу, непрерывно усиливая и поддерживая сама себя;

3) *появление нового общего объекта внимания*, на котором фокусируются эмоциональные импульсы, чувства и воображение людей. Если первоначально общий объект интереса составляло возбуждающее событие, вызвавшее эмоциональную реакцию, то на данном этапе новым объектом становится образ, создаваемый в процессе «эмоционального кружения» и отчасти речевого общения членов общности. Этот образ всеми разделяется, сплачивает общность в единое целое и выступает в качестве объекта-побудителя совместного поведения;

4) завершающий этап в формировании субъекта стихийного поведения – *активизация членов общности через дополнительное стимулирование путём возбуждения импульсов, соответствующих общему воображаемому объекту*. Такое стимулирование осуществляется на основе прямого внушения, которое осуществляет лидер общности. При отсутствии лидера целенаправленного возбуждения к действиям не происходит – тогда общность сама стихийно находит для себя объект собственных непосредственных действий.

У людей, образовавших массу, появляется «коллективная психика», «единая душа расы» (Г. Лебон). Г. Лебон описывает два её слоя.

Верхний слой – интеллект, покоится на «бессознательном фундаменте расы» (Г. Лебон). У массы отсутствует способность рассуждать, для неё характерно образное мышление.

Для *образного мышления* массы характерны следующие особенности.

Человек массы не рассуждает, а находится в плену эмоций и ассоциаций. Такой процесс мышления по ассоциации С. Московичи называет *наложением:* он напоминает создание коллажа, когда накладываются друг на друга фрагменты фотографий, рисунков, текстов.

Проекция. Воображение, тревоги, фобии масс вызывают у них образы, которые они проецируют вовне, благодаря этому в мышлении массы господствует видимое, а не реальное. Фашистская пропаганда в 1930-е гг. распространяла лживые описания преступлений, якобы совершённых евреями.

Массы нуждаются в объекте ненависти и в объекте поклонения, т. е. им необходим центр притяжения (человек, идея, враги, священное место, символы) – *«кристаллы массы»* (Э. Канетти).

Некритичность: толпа не замечает противоречий в идеях, которые она впитывает в виде образа, схем, клише. Нелогичность мышления массы вызывает нелогичность её поведения.

Нижний слой – инстинкты, страсти, чувства, верования, обычаи; проявляет себя в религии, политике, морали, симпатиях, антипатиях, привязанностях. Его корни уходят в архаическое прошлое, и он совершенно одинаков у всех людей, принадлежащих к одной культуре. В психике масс Г. Лебон и Г. Тард усматривают аналог женской психики с присущими ей чертами: легковерием, непостоянством, нелогичностью, иррациональностью, внушаемостью, пассивностью и агрессивностью.

Высокий уровень эмоциональности в массах достигается за счёт высвобождения чувств, которые вытесняются у индивидов в нормальном состоянии. Чрезмерная эмоциональность имеет два следствия:

– освобождает людей от нерешительности, сомнений и неуверенности (эффект поляризации);

– способствует изменчивости и непостоянству чувств и поведения масс (от героизма к панике, от благородства к подлости, от свободолюбия к рабству).

Перевозбуждение и эмоциональная неустойчивость масс являются причиной исключительного легковерия (они верят всему и совершают всё, что им приказывают). Массы живут в мире иллюзий, коллективных галлюцинаций, воображения, грёз. Всё это облегчает возможность обмана, тем более самообмана масс, поэтому подчинить толпу – значит ввести её в заблуждение, пытаться её образумить – значит стать её жертвой.

Идеи, пока массы не уверовали в них, ничего не значат. Фактором психической сплочённости массы является вера. Вера обязательно приобретает религиозную форму со всеми характерными для неё чертами: догматизмом, нетерпимостью, фанатизмом, слепым подчинением, потребностью в культе, ритуале. С помощью утопий и догм мир легко делится на «чёрное» и «белое», догматическая вера облегчает поиск врагов. Всякая идея, превратившись в верование, побуждает массы к коллективным действиям, обеспечивает их активность и жизнедеятельность.

Несмотря на внешнюю революционность, массы в своём психологическом основании глубоко консервативны и реакционны. Устав от беспорядков и разрушений, массы мечтают уже не о переменах, а о стабильности, порядке

и «сильной руке», способной этот порядок навести. Масса выступает как социальный материал, из которого можно лепить всё, что угодно.

Общепризнано, что масса значительно изменяет индивидуальную психику и индивидуальное поведение. В массе стираются индивидуальные различия отдельных людей и, тем самым, исчезает их своеобразие. Д. В. Ольшанский (2001) выделяет следующие изменения, происходящие с индивидом в массе:

1) повышение эмоциональности восприятия того, что он видит и слышит;

2) повышение внушаемости и уменьшение степени критического отношения к самому себе и степени рациональной переработки воспринимаемой информации;

3) подавление чувства ответственности за своё поведение;

4) появление чувства силы и сознания анонимности.

9.3. Элита и масса. Проблема социального лидерства. Помимо масс существует класс людей, составляющих творческую элиту общества. Это вожди, религиозные проповедники, политики, учёные, деятели искусства. Они отличаются от масс наличием творческих способностей и нонконформизмом (невосприимчивостью к внешнему влиянию и внушению). Элита негипнабельна и это позволяет ей создавать новые идеи, вносить изменения, демонстрировать новшества.

Поскольку творческая элита никому не подражает, то массы подражают ей. Это связано с тем, что у элиты есть то, чего нет у массы (творческий потенциал, нонконформизм) и нет того, что у массы в избытке. Человек, отличный от других, способный к созданию нового, вызывает у массы восхищение. Известно: кем восхищаются, тому и стремятся подражать. Поскольку гипноз творца действует на бессознательное людей, массы воспринимают влияние элиты бессознательно, и все идеи, теории, образцы, которым подражает, она считает не заимствованными, а своими собственными. Это общественный сомнамбулизм, или гипнотический сон, которым характеризуется общественная жизнь.

Всё значительное, что было создано человечеством, это плоды индивидуального творчества элиты. Массы способны лишь повторять, но не творить. Поэтому утверждение, что народ творит историю, что он является силой общественного прогресса, не более чем лицемерие и демагогия.

Почему масса склонна подчиняться вождям? В качестве основной предпосылки существования вождей Г. Лебон рассматривает отношения

господства и подчинения. Исходный источник всякого авторитета находится в отце. Следовательно, начало любых отношений господства и подчинения следует искать в семье. В семье формируется потребность имитировать и подчиняться, а затем и потребность в конформизме. Сформировавшись, эти потребности нуждаются в удовлетворении, которое, как и удовлетворение всякой потребности, приносит радость и наслаждение. Следовательно, как только люди объединяются, они бессознательно ищут того, кто заменил бы им отца, во власти которого они нуждаются. Таким образом, не насилие является источником социального принуждения, а потребность в социальном принуждении и повиновении выступает источником социального насилия.

Вождь является организующим, цементирующим ядром массы, её центром. Для того чтобы внушение происходило более успешно, необходимы вожди второго плана, т. е. опосредующие звенья между верховным вождём и массой.

Вождь задаёт образец, который тут же подхватывается, имитируется, распространяется. В результате происходит стереотипизация поведения миллионов людей, возникает однообразие чувств, мыслей, верований. Г. Тард полагал, что в массе существует одна душа и одно сознание – это душа и сознание вождя, размноженные в массе.

Поскольку вождь является организующим началом массы, он выступает как гарант общественного порядка. Истинные вожди – люди особого склада. Они осознают себя миссионерами, призванными осчастливить человечество, поэтому сила вождя – в убеждённости в истинности его идеи. В связи с этим вождь слеп и глух к доводам разума, утрачивает способность воспринимать реальность. Идея, которую несёт вождь, *не выдумана им*, а взята из коллективных верований масс. Вождю необходимы смелость, упорство, фанатизм; инстинктивное ощущение массы, авторитет (харизма). Авторитет может быть двух видов: 1) должности и происхождения; 2) личности. Личный авторитет более уязвим и хрупок, чем авторитет династии. Условие развития и сохранения авторитета – тайна личности вождя. Враг авторитета, особенно личного, – неудачи и поражения. Особым умением, искусством вождя является умение выдавать неудачи за победу, поражение за успех.

Зачем вождь стремится господствовать над массой? Им движут тщеславие, желание прославиться, жажда известности. Оформив коллективное верование как собственную идею, вождь становится символом веры и источником идеи. Прославляя идею, вождь прославляет своё имя, стремится обессмертить его. Всё это может дать ему только масса. Следовательно,

не только масса нуждается в вожде, но и вождь не в меньшей степени нуждается в массе.

9.4. Типы стихийных групп. Д. В. Ольшанский выделяет два основных субъекта стихийного поведения: толпу и публику.

Толпа образуется на улице по поводу самых различных событий. *Случайную толпу* легко обнаружить на улице, где произошло дорожно-транспортное происшествие. Основной эмоцией в данном случае является любопытство. *Экспрессивная толпа* представляет собой совокупность людей, совместно выражающих какую-либо эмоцию (горестная толпа на похоронах). Крайний случай экспрессивной толпы – *экстатическая толпа*, возникающая, когда люди доводят себя до исступления в совместных ритуальных или молитвенных действиях. *Конвенциональная толпа* руководствуется в своём поведении определёнными правилами. Обычно она собирается по поводу события, объявленного заранее – спортивного соревнования (футбол), политического митинга. На первый взгляд у такой толпы налицо все внешние признаки соответствия определённой конвенции, т. е. правилам поведения: купленные билеты, заграждения, недоступные зоны. Тем не менее, такая толпа остаётся конвенциональной до определённого момента (пока её сдерживает милиция). Далее она превращается в толпу действующую.

Действующая толпа считается наиболее важной в социально-политическом отношении и поэтому наиболее пристально изучается. Она может быть агрессивной, панической, стяжательской, мятежной.

Публика представляет собой ещё одну форму стихийной группы, в которой элемент стихийности выражен слабее, чем в толпе. Она подразделяется на собранную и несобранную. *Собранная публика* – скопление некоторого количества людей, испытывающих сходное ожидание определённых переживаний или интересующихся одним и тем же предметом (Я. Щепаньский). Как правило, она собирается в связи с каким-либо зрелищем. В замкнутых помещениях, например, в лекционных залах, публику называют *аудиторией.* Публика всегда собирается ради общей и определённой цели, поэтому она более управляема, чем толпа. Однако и в ней действуют законы массы. Достаточно какого-либо инцидента, чтобы публика превратилась в экспрессивную или агрессивную толпу.

Несобранная публика – это читатели одних и тех же газет и журналов, новостных порталов в сети Интернет, зрители одних и тех же передач (читатели определенных новостных порталов в сети Интернет, аудитория ОНТ,

читатели «Комсомольской правды», почитатели популярных блогеров). Внешне здесь не проявляются феномены, характерные для толпы или собранной публики. Заражение идёт со стороны радио или телевидения. Однако снижение рефлексивности и деиндивидуализация в данном случае труднее достижимы.

Несобранная публика представляет базу для выработки сходных взглядов, готовности к некритическому восприятию определённой информации, готовности к реагированию сходным образом на идентичные стимулы – это база для возникновения определённых мнений и настроений.

Пресса тиражирует образцы убеждений, навязывает мнения, внушает мысли, тиражирует и навязывает убеждения и даже образ жизни. Одним из факторов внушаемости публики, является то, что читателя (слушателя, зрителя) завораживает сам факт того, что одновременно вместе с ним читают или смотрят миллионы других людей.

Г. М. Андреева к субъектам стихийного поведения относит также и ***массу*** – достаточно стабильное образование с довольно нечёткими границами. Она является более организованной, чем толпа, в ней более высока роль организаторов, которые, как правило, являются лидерами тех организованных групп, которые принимают участие в данном массовом действии (манифестации, демонстрации). В действиях массы более продуманы как конечные цели, так и тактика поведения.

Общим признаком стихийных групп является возникновение стихийной передачи информации (сплава суждений и утверждений), вследствие чего происходит групповое стимулирование действий. В этой ситуации личность действует без ощущения личного контроля над ситуацией.

9.5. Механизмы массовой психологии. Исторически первичным и главным психологическим механизмом, действующим в массе, всегда считалось *заражение* – процесс передачи эмоционального состояния от одного индивида другому, протекающий на психофизиологическом уровне контакта помимо собственно словесного воздействия или дополнительно к нему. Осуществляется через передачу психического настроя. При наличии обратной связи заражение способно нарастать, приобретая вид особой циркулярной реакции.

Заражение используется как средство усиления групповой сплочённости или как средство компенсации недостаточной сплочённости группы.

Мера, в которой люди подвержены заражению, зависит от уровня развития их самосознания. Чем выше уровень развития общества, тем критичнее составляющие его индивиды по отношению к внешним воздействиям и тем слабее действие механизма заражения.

Под *внушением* понимают различные способы вербального и невербального эмоционально окрашенного воздействия на человека с целью создания у него определённого состояния или побуждений к определённым действиям. В основе процесса внушения лежит ослабление действия сознательного контроля, осуществляемого в отношении воспринимаемой информации. При внушении достигается не согласие, а просто принятие информации, основанное на готовом выводе.

Успешность внушения связана с внушаемостью, т. е. с готовностью внушаемого поддаться воздействию, и с уверенностью внушающего в успехе воздействия. Условия успешного внушения: авторитет внушающего, высокий уровень контакта между внушающим и внушаемым. Более внушаемыми являются дети и подростки, люди, для которых характерно доминирование ситуативного настроя, неуверенные в себе.

В отличие от заражения, внушение исключает психическое состояние переживания идентичных эмоций индуктором и реципиентом, носит вербальный характер. В отличие от убеждения, внушение апеллирует не к логике и разуму, не к готовности мыслить и рассуждать, а к готовности получить распоряжение, инструкцию к действию. Если убеждение представляет собой интеллектуальное, то внушение – преимущественно эмоционально-волевое воздействие. Внушение специфично только для человека.

Убеждение используется для того, чтобы превратить сообщаемую индивиду или группе информацию в систему установок и принципов личности. Основывается на системе логических доказательств и предполагает осознанное отношение того, кто её воспринимает.

Условия эффективности убеждения: соответствие уровню развития и возрастным особенностям личности; последовательность, логичность, доказательность. Часто бывает необходимо анализировать факты поведения, которые одинаково известны собеседникам, это даёт возможность избежать сомнений в истинности факта и в характере общего вывода. Убеждение должно содержать как обобщённые положения (принципы, правила), так и конкретные факты, примеры. Убеждая других, воспитатель должен сам глубоко верить в то, что он сообщает.

Если говорить о принципиальных различиях между подражанием и заражением, то они вполне очевидны. Если один субъект заражает, то другой субъект заражается и начинает подражать тому, кто его заражал. Это значит, что заражение и подражание соотносятся как активная причина и пассивное следствие. *Подражание* – воспроизведение индивидами или группами воспринимаемого ими поведения других индивидов, групп и масс. Проще говоря, это следование какому-либо примеру, образцу.

Подражание бывает осознанным или неосознанным, буквальным (простая репродукция) или относительно творческим, полным или частичным, добровольным или принудительным.

Способность человека к подражанию актуализируется, если имеется некоторое число людей, испытывающих близкие состояния или готовых разделить состояние, которое испытывает индивид. Тогда человек начинает воспроизводить воспринимаемое им поведение людей, находящихся в сходном эмоциональном состоянии, следуя предлагаемым образцам регуляции своего эмоционального состояния. Так складывается масса подражающих друг другу людей.

Подражание является средством приобщения индивида к системе групповых ценностей, позволяющим избавиться от тяжести персональной ответственности за счёт предпочтения той или иной модели поведения; это одно из средств взаимопонимания.

Склонность к подражанию зависит от следующих ***факторов***:

– возраст (чем старше человек, тем менее склонен он к подражанию);

– пол (для мужчин более характерно инструментальное подражание, для женщин – эмоциональное);

– уровень образования (чем менее образован человек, тем более склонен он к подражанию; менее образованный человек подражает конкретным бытовым поведенческим образцам, более образованный – абстрактным, обобщённым, книжным);

– национальные особенности (представители национального меньшинства обычно подражают представителям большинства);

– общий уровень социально-политической культуры в обществе (патриархальный тип или активистский тип);

– индивидуально-психологические параметры: сила «я», локализация контроля, адекватность самооценки и образа «я», склонность к конформизму, критичность мышления, общий уровень эмоциональности индивида.

Очевидно, что в каждом случае осуществление воздействия наталкивается на ту или иную степень критичности личностей, составляющих массу. Воздействие не может быть рассмотрено как однонаправленный процесс: всегда существует и обратное движение – от личности к оказываемому на неё воздействию.

9.6. Социальное движение и его особенности. ***Социальное движение*** представляет собой достаточно организованное единство людей, ставящее перед собой определённую цель, как правило, связанную с изменением социальной действительности (например, борьба за мир, за равноправие женщин).

Признаки социальных движений:

1) социальное движение всегда базируется на определённом общественном мнении, которое как бы подготавливает его;

2) целью социального движения является изменение ситуации;

3) в ходе организации движения формулируется программа;

4) движение избирает средства, которые могут быть использованы для достижения целей;

5) социальное движение реализуется в различных проявлениях массового поведения (демонстрации, митинги, съезды).

Исходным пунктом всякого социального движения является проблемная ситуация, которая даёт импульс возникновению движения. Рекрутация (присоединение к движению) может происходить «на улице» (сбор подписей) или в группах, где родилась инициатива (так, движение за гражданские права в России было основано людьми, подвергшимися репрессиям).

Причины присоединения людей к движению объясняют две теории:

1) *теория относительной депривации:* человек испытывает потребность достижения какой-либо цели не в том случае, когда он абсолютно лишён какого-либо права, блага, ценности, а в том случае, когда он лишён этого относительно (при сравнении своего положения с положением других);

2) *теория мобилизации ресурсов*: человек руководствуется потребностью в большей степени идентифицироваться с группой, ощутить себя её частью, тем самым почувствовать силу, мобилизовать ресурсы.

В любом движении обозначается «меньшинство». Оно может рассчитывать на влияние в движении, если будет последовательным в поведении, уверенным в себе, будет привлекать сторонников со стороны большинства и вдохновлять окружающих следовать за собой.

Лидер движения должен наиболее полно выражать и отстаивать цели, принятые участниками, и чисто внешне импонировать большой массе людей. От прочности авторитета и позиции лидера во многом зависит успех движения.

🕑 *Не стоит ориентироваться на общественное мнение. Это не маяк, а блуждающие огни.*

Андре Моруа

Проверьте ваши знания

Верны или неверны следующие утверждения?

– Характер массового поведения несёт в себе отпечаток индивидуальностей его участников.

– Исходным моментом массообразования является чувство одиночества.

– В массе осуществляется двойной гипноз: вождь гипнотизирует членов массы, а члены массы – вождя.

– Фактором психологической сплочённости массы является убеждённость.

– Лидерами массы являются наиболее интеллектуальные представители элиты.

– Внушение – это одностороннее заражение.

– Менее образованные люди в большей мере склонны к подражанию.

– Заражение и подражание соотносятся как активная причина и пассивное следствие.

Практические рекомендации

Правила взаимодействия с толпой

– не лезь в толпу, держись от толпы подальше;

– проникая в толпу, думай, как будешь из неё выбираться;

– оказавшись в толпе случайно, думай, что ты на работе;

– стань субъектом деятельности, начни профессионально изучать толпу, только действующий человек может сопротивляться эмоциональному заражению толпы.

(По Л. Г. Почебут)

Практическое занятие 9

План занятия

1. Содержание и структура психологии большой социальной группы[61].
2. Психологические особенности социальных классов[62].
3. Особенности психологии этнических групп[63].
4. Психологические особенности массообразования. Структура психики массы.
5. Элита и масса. Проблема социального лидерства.
6. Типы стихийных групп.
7. Механизмы массовой психологии.

Тематика сообщений

1. Флеш-моб: особенности случайной толпы.
2. Толпа и личность.

Психологическая диагностика

Методика Г. У. Солдатовой «Типы этнической идентичности»[64]

Вопросы и задания для контролируемой самостоятельной работы

После знакомства с текстом лекции, попытайтесь припомнить материал лекции, используя в качестве опоры презентацию 9. Далее ответьте на вопросы.

1. Какие общие признаки больших социальных групп отличают их от малых групп?
2. Какие элементы включает структура психологии большой социальной группы?
3. Какими методами изучается психология больших социальных групп?
4. Что такое менталитет? Как он складывается?
5. Каковы особенности психологии социальных классов?
6. В чём заключаются психологические особенности этнических групп?
7. Как возникают этнические стереотипы? Что такое этноцентризм?

---

[61] Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
[62] Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
[63] Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
[64] Практикум по социальной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

8. Прочтите правила взаимодействия с толпой и ответьте на вопрос: *с учётом каких психологических особенностей массового поведения предложены данные рекомендации?*

9. *Прокомментируйте предложенные меры профилактики паники, опираясь на знания о механизмах психологического воздействия.*

Меры профилактики паники (А. П. Назаретян):

– сцепка локтями (ощущение физической близости повышает психологическую устойчивость);
– коллективное пение хорошо известной всем ритмической песни;
– превращение толпы из панической в экспрессивную;
– использование юмора и шуток;
– использование привычных стимулов (звуки национального гимна);
– применение сильного шокового раздражителя (резкая команда лидера: «Всем стоять!»);
– внедрение в толпу людей, умеющих подавать команды и руководить большими группами.

10. Посмотрите видео «Теория невероятности. Власть толпы» (URL: https://www.youtube.com/watch?v=W6xNkIh7C-g). Какие особенности поведения толпы, рассматриваемые в лекции, представлены в видео?

Творческое задание

Напишите собственную «этническую биографию», отразив в ней основные этапы становления собственной этнической идентичности. При выполнении задания можно опираться на следующие вопросы:

– Как вы впервые узнали о том, что существуют различные национальности? С чем это было связано? Сколько вам было лет?

– Когда и как вы узнали о собственной национальности? Кто сообщил вам об этом?

– Как вы относились к собственной этничности в детстве (гордились, стеснялись, не придавали значения)?

– Кто и что говорил в детстве о людях вашей и других национальностей? Оказывают ли эти «послания» влияние на вас сейчас?

– Как относились к проблемам этничности в вашей семье. Обсуждались ли эти проблемы? Отмечались ли национальные праздники, соблюдались ли традиции, готовились ли блюда национальной кухни?

– Что и кто повлияли на формирование вашей этнической идентичности во взрослом возрасте?

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.

2. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560 с.

3. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.

4. Дыгун М. А., Лутович Т. Ф. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях. – Мозырь: Содействие, 2007. – 108 с.

5. Кетс де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 311 с.

6. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах (Общие и возрастные особенности). – Минск: ТетраСистемс, 2001. – 432 с.

7. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.

8. Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.

9. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.

10. Майерс Д. Социальная психология; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2020. – 800 с.

11. Нуркова В. В., Березанская Н. Б. Психология: учеб. – М.: Высш. образование, 2006. – 484 с.

12. Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.

13. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

14. Почебут Л. Г. Социальная психология толпы. – СПб.: Речь, 2004. – 231 с.

15. Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

Тесты для самопроверки

1. Общие признаки, отличающие большие группы от малых:

   a) специфические регуляторы поведения (нравы, обычаи, традиции);

   b) образ жизни группы (единство особенностей жизненной позиции групп со специфическими регуляторами поведения);

c) ? ;
d) наличие специфического языка.

2. Исходным моментом массообразования является чувство:
a) воодушевления;
b) гнева;
c) одиночества;
d) радости.

3. В массе осуществляется двойной гипноз: вождь гипнотизирует массу, а члены массы – … *(дополните)*.

4. Та или иная эмоция, подхватываясь другими людьми, возвращается к вам как бы по кругу – это:
a) гипноз;
b) заражение;
c) эмоциональное кружение;
d) циркулярная реакция.

5. Масса характеризуется (исключите лишнее):
a) образным мышлением;
b) критичностью;
c) эмоциональностью;
d) легковерием.

6. Элита отличается от массы (исключите лишнее):
a) творческими способностями;
b) нонконформизмом;
c) негипнабельностью;
d) склонностью к подражанию.

7. Кратковременное собрание людей для совместного времяпрепровождения в связи с каким-либо зрелищем – это:
a) толпа;
b) публика;
c) аудитория.

8. Паника усиливает действие:
a) заражения;
b) внушения;

c) подражания;
d) аттракции.

9. В рекламе используется:
   a) заражение;
   b) внушение;
   c) подражание;
   d) контрсуггестия.

10. В ходе организации (?) формулируется программа, избираются средства, которые могут быть использованы для достижения целей.

Резюме темы 9

Большие в количественном отношении группы разделяются на стихийно возникшие, кратковременно существующие общности и долговременные, устойчивые в своём существовании группы. В структуре психологии большой социальной группы выделяют психический склад (национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы) и эмоциональную сферу (потребности, интересы, настроения). Психология устойчивых групп рассматривается на примере социальных классов и этносов.

Психический склад стихийных групп имеет специфические особенности, характеризуясь легковерием, непостоянством, нелогичностью, иррациональностью, внушаемостью, пассивностью и агрессивностью. Во главе массы стоит вождь, который является её организующим центром. Помимо масс выделяется творческая элита общества, которая отличается от них наличием творческих способностей и нонконформизмом.

В качестве основных субъектов стихийного поведения выделяют толпу и публику. Толпа может быть случайной, экспрессивной, экстатической, конвенциональной, действующей. Публика подразделяется на собранную и несобранную. К субъектам стихийного поведения Г. М. Андреева относит также и массу. Общим признаком стихийных групп является возникновение стихийной передачи информации, вследствие которой происходит групповое стимулирование действий. К механизмам массовой психологии относят, прежде всего, заражение, внушение и подражание. Убеждение в массе не столь эффективно.

Социальное движение – это достаточно организованное единство людей, ставящее перед собой определённую цель, связанную с изменением

социальной действительности. Причины присоединения людей к движению объясняют теории относительной депривации и мобилизации ресурсов. Лидер движения должен наиболее полно выражать и отстаивать его цели и импонировать большой массе людей.

ТЕМА 10. ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ НА ПРАКТИКЕ

Лекция 10 (лекция-исследование)

Основные понятия: *прикладная социальная психология, политика, экономика, юриспруденция, образование, медицина, армия, спорт.*

Лекция проводится в форме лекции-исследования. До начала лекции студентам в качестве домашнего задания необходимо прочесть главу 14 «Социальная психология и практика» в учебнике И. Р. Алтуниной[65] и ответить на следующие вопросы:

– *Как и для чего социально-психологические знания используются в области политики?*

– *Охарактеризуйте роль социально-психологического знания в области юриспруденции.*

– *Каким образом социально-психологические знания могут способствовать экономическому развитию нашей страны?*

– *В чем заключается роль социально-психологического знания в армии?*

– *Какие проблемы способна решить социальная психология в подготовке спортсменов?*

– *Каким образом социально-психологические знания могут способствовать улучшению качества образования?*

– *Обоснуйте точку зрения о том, что современный врач должен обязательно владеть знаниями в области социальной психологии.*

В дальнейшем во время лекции проводится их обсуждение, преподаватель дополняет полученные знания и иллюстрирует их примерами.

Практическое занятие 10 в формате «круглый стол»

Практическое занятие будет проходить в форме выступлений студентов (темы см. ниже) и их обсуждения. План занятия соответствует порядку выступлений.

---

[65] Алтунина И. Р. Социальная психология: учеб. для академ. бакалавриата; под ред. Р. С. Немова. – М.: Юрайт, 2017. – 427 с.

Задания для контролируемой самостоятельной работы

1. Подготовьте сообщения.

Социально-психологические вопросы политики. Начало использования социально-психологических знаний в области политики. Область военного противостояния, пропаганды и агитации как первая сфера практического использования социально-психологических знаний. Возникновение PR-движения, его истоки и дальнейшая судьба. Сферы использования социально-психологических знаний в современной политике. Моральная сторона использования психологии в политике. Манипуляции сознанием и поведением людей в интересах отдельных политиков и политических партий. Неоднозначное отношение людей к политтехнологиям и тем, кто на этом зарабатывает деньги.

Социальная психология и право. Основные области применения социально-психологических знаний и методов в сфере правовых отношений. Содержание и методы психологической подготовки профессиональных юристов. Психологические вопросы организации и проведения дознания. Психологическое обеспечение судопроизводства. Формирование правосознания людей как область практического использования социально-психологических знаний. Применение социально-психологических знаний в работе с осужденными и с персоналом пенитенциарных учреждений в местах лишения свободы.

Социальная психология и экономика. Вопросы экономики, решаемые при помощи социально-психологических знаний и методов. Организация эффективного управления экономическими предприятиями и учреждениями. Психологическое обеспечение принятия оптимальных экономических решений. Изучение рынка сбыта выпускаемых товаров (покупательского спроса). Реклама производимых товаров. Психологическая подготовка управленческих кадров в области экономики. Социально-психологические вопросы экономической рекламы. Основные области психологической подготовки управленческих кадров для экономики. Социальная психология и промышленное производство. Связь психологии управления и промышленной психологии с социально-психологическими знаниями. Основные социально-психологические вопросы промышленной психологии.

Социальная психология и армия. Социально-психологические проблемы и вопросы, связанные с современной армией. Социально-психологическая

подготовка молодых людей призывного возраста к их будущей жизни в армейских коллективах. Подготовка командиров к их работе с подчиненными. Предупреждение и разрешение конфликтов, возникающих в армейских коллективах. Индивидуальное психологическое консультирование и разрешение проблем личного характера, появляющихся у военнослужащих.

Социальная психология и спорт. Главные социально-психологические вопросы современного спорта. Психологическое обеспечение тренировок спортсменов и повышения их профессионального мастерства. Оптимальная психологическая готовность спортсменов к соревнованиям, в частности их психологическая устойчивость. Сплочение спортивной команды, обеспечение четкого взаимодействия всех ее участников. Предупреждение и снятие межличностных конфликтов между участниками спортивной деятельности: спортсменами, тренерами, руководителями спорта.

Социальная психология и медицина. Условия и начало широкого использования социально-психологических знаний и методов в медицинской практике. Возникновение движения человеческого потенциала и его связь с медициной. Разновидности социально-психологического тренинга: Т-группы, группы тренинга сенситивности (группы встреч), группы психодрамы, гештальт-группы, группы телесной терапии, группы игровой психотерапии, группы терапии искусством (арттерапии). Конкретные медицинские задачи, решаемые с помощью следующих групповых психотерапевтических методов: арттерапия, тренинг ассертивности (тренинг уверенности в себе), гештальттерапии, группы встреч, нейролингвистическое программирования (НЛП), поведенческая психотерапия, психодрама, телесно ориентированная психотерапия.

Социальная психология и образование. Области практического использования социально-психологических знаний и методов в сфере образования. Социально-психологические аспекты учения А. С. Макаренко о детском (ученическом) и педагогическом коллективе. Применение групповых методов обучения в учебном процессе. Становление и развитие социально-педагогической психологии (В. В. Рубцов}. Использование групповых методов обучения в практике преподавания иностранных языков (Г. А. Китайгородская). Управление системой образования как сфера использования социально-психологических знаний. Особенности преподавания социальной психологии в педагогических учебных заведениях.

Используйте для структурирования своего сообщения *презентацию 10*.

2. Подготовьте эссе на тему «Социальная психология в деятельности специалиста по социальным коммуникациям».

Требования к написанию эссе представлены в приложении.

3. Разработайте самостоятельно тест из 10 вопросов с вариантами ответов по содержанию лекции (см. презентацию 10).

Рекомендуемая литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
2. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: АСПЕКТ-Пресс, 2007. – 517 с.
3. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.
4. Дыгун М. А., Лутович Т. Ф. Социальная психология в схемах, понятиях и персоналиях. – Мозырь: Содействие, 2007. – 108 с.
5. Крысько В. Г. Социальная психология: словарь-справ. – Минск: Харвест; М.: АСТ, 2001. – 687 с.
6. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.
7. Семечкин Н. И. Социальная психология: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 376 с.

РЕЗЮМЕ

Охарактеризуем важнейшие понятия социальной психологии.

Личность – системное качество, которое индивид приобретает во взаимодействии с социальным окружением.

Социализация – это процесс и результат включения индивида в социальные отношения. Процесс вхождения индивида в новую социальную среду включает три стадии: адаптация, индивилуализация, интеграция. Факторами социализации являются целенаправленное обучение, воспитание и случайные социальные воздействия. Социализация осуществляется в сферах деятельности, общения, самосознания.

В процессе социализации ребёнок усваивает не только общественный опыт, но и определённые формы поведения – просоциальные или агрессивные. Мотивами просоциального поведения являются: затраты и польза, нормы социальной ответственности и взаимности, самооценка и самоподкрепление, сопереживание (эмпатия). Факторы агрессивного поведения: агрессивные намерения, приписываемые другому, ожидание достижения цели агрессии и возмездия за агрессивное поведение, благоприятствующие агрессии ключевые раздражители, удовлетворение, приносимое достигнутым в ходе агрессии результатом, самооценка и оценка другими людьми.

Социальные влияния значимых других являются источником самосовершенствования. Самосовершенствование представляет собой сознательный процесс повышения уровня своей компетентности и развития значимых качеств в соответствии с социальными требованиями и личной программой развития. Движущими силами этого процесса являются мотивы личностного развития, точнее – мотивация достижения успеха. Мотивация избегания неудачи, «обученная беспомощность», напротив, препятствует личностному развитию, приводит к формированию низкой самооценки, неуверенности в себе, неспособности справляться с жизненными трудностями.

Социальная установка (attitude) – это предрасположенность (склонность) субъекта к совершению определённого социального поведения. Структура аттитюда включает когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты. Социальная установка достаточно сложным образом соотносится с реальным поведением (см. парадокс Лапьера и его объяснения).

Общение – сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией (коммуникативная сторона), выработку

единой стратегии взаимодействия (интерактивная сторона) и восприятие и понимание другого человека(перцептивная сторона). Выделяют такие виды общения, как непосредственное и опосредованное, прямое и косвенное, межперсональное и ролевое, вербальное и невербальное. Обмену информацией способствует одинаковый тезаурус участников, препятствует наличие коммуникативных барьеров. Ситуация взаимодействия диктует выбор определённого типа взаимодействия (кооперация или конкуренция) и стиля взаимодействия (ритуальный, манипулятивный, гуманистический). Познанию партнёра по общению способствуют механизмы идентификации и рефлексии, искажают восприятие каузальная атрибуция и эффекты восприятия (ореола, первичности, новизны и другие), которые могут рассматриваться как проявление стереотипизации. Развитие общения у человека имеет исторический характер.

Группа – ограниченная в размерах общность, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков (характера выполняемой деятельности, социальной принадлежности, структуры). Основными характеристиками группы являются композиция, структура, групповая динамика, групповые нормы, групповые санкции. Классификация групп включает следующие их виды: условные и реальные, естественные и лабораторные, большие (устойчивые и стихийные: толпа, публика, аудитория) и малые (первичные и вторичные, формальные и неформальные, группы членства и референтные). По уровню развития выделяют следующие разновидности групп: ассоциация, корпорация, кооперация и коллектив. В качестве механизмов группообразования выступают разрешение внутригрупповых противоречий, идиосинкразический кредит и психологический обмен.

В процессе жизнедеятельности группы возникают следующие групповые феномены: конформизм, социальная фасилитация и социальная ингибиция, социальная леность, огруппление мышления, деиндивидуализация, групповая поляризация.

Лидерство – естественный социально-психологический процесс в группе, построенный на влиянии личного авторитета человека на поведение членов группы. Лидерство по ряду признаков отличается от руководства. В то же время и лидер, и руководитель выполняют роль организаторов, осуществляют социальное влияние в группе, используют субординационные отношения. Природу лидерства объясняют различным образом теории лидерства, теория черт, ситуационная, системная, концепция ценностного обмена.

Выделяют три основных стиля руководства: авторитарный, демократический и либеральный, каждый из которых эффективен в определённых условиях.

Социальный статус – социальная позиция человека в группе, связанная с определёнными правами и обязанностями. *Социальная роль* – ожидаемое поведение, обусловленное статусом человека.

Межгрупповые отношения похожи на отношения между людьми: группы могут сотрудничать, никак не взаимодействовать или находиться в напряженных отношениях. К причинам межгрупповой напряженности относят: этно- и группоцентризм, категориальную асимметрию, асимметрию могущества и статусов. Для каждой группы характерен *внутригрупповой фаворитизм* (предпочтение своей группы) и *межгрупповая дискриминация.*

Большие в количественном отношении группы разделяются на стихийно возникшие, кратковременно существующие общности и долговременные, устойчивые в своём существовании группы. В структуре психологии большой социальной группы выделяют психический склад (национальный характер, нравы, обычаи, традиции, вкусы) и эмоциональную сферу (потребности, интересы, настроения).

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ

Анкетирование – это письменный опрос, при котором испытуемым самостоятельно заполняется анкета.

Аттракция – процесс формирования привлекательности какого-то человека для воспринимающего и продукт этого процесса, т. е. некое качество отношения. Выделяют три уровня аттракции: симпатия, дружба, любовь.

Беседа – метод сбора фактов о психических явлениях в процессе личного общения по специально составленной программе.

Валидность – качество метода, показывающее, в какой степени он измеряет то, для измерения чего он предназначен.

Внушение (суггестия) – целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого или группу.

Гипотеза – научное предположение о структуре изучаемого явления, характере и сущности связей между его элементами, о факторах, обусловливающих эти связи.

Группа – ограниченная в размерах общность, выделяемая из социального целого на основе определенных признаков (характера выполняемой деятельности, социальной принадлежности, структуры).

Групповое давление – это процесс влияния установок, норм, ценностей и поведения группы на мнения и поведение индивида.

Заражение – бессознательная невольная подверженность индивида определённым психическим состояниям.

Идентификация – уподобление себя значимому другому, отождествление себя с другим.

«Идиосинкразический кредит» – своеобразное разрешение на отклоняющееся от групповых норм (девиантное) поведение.

Индивид – человек в отдельности; понятие индивида характеризует телесное бытие человека, когда он выступает в своих природных, биологических особенностях, как человеческий организм.

Индивидуальность – человек как уникальная, самобытная личность, реализующая себя в творческой деятельности.

Интервью – опрос «лицом к лицу», при котором ставится задача в непосредственном контакте с человеком получить от него ответы на определённые, обычно заранее продуманные вопросы.

Интроверсия – обращённость сознания человека в основном к самому себе; поглощённость собственными проблемами и переживаниями, сопровождаемая ослаблением внимания к тому, что происходит вокруг. Противоположна экстраверсии.

Каузальная атрибуция – приписывание другому человеку причин поведения, намерений, чувств, качеств личности.

Коллектив – группа, где межличностные отношения опосредуются общественно значимым и личностно ценным содержанием совместной деятельности.

Конформизм – изменение поведения или убеждений под влиянием реального или воображаемого давления группы.

Лидерство – естественный социально-психологический процесс в группе, построенный на влиянии личного авторитета человека на поведение членов группы.

Личность – системное (социальное) качество, приобретаемое индивидом в предметной деятельности и общении и характеризующее меру представленности общественных отношений в индивиде.

Менталитет – характеристика некоторой культуры, в которой отражено своеобразие видения и понимания мира её представителями.

Методика – приём целесообразного проведения какой-либо работы.

Методы психологии – это способы изучения психических явлений и психической деятельности.

Методы обработки данных – *количественный* (статистический) анализ и *качественный* метод (дифференциация материала по группам).

Методы психологического воздействия – набор приёмов, методов и программ, воздействующих на поведение людей (метод предъявления моделей, дискуссия, тренинг).

Методология – учение о принципах построения, формах и способах научного познания, а также сама система принципов и способов организации, построения теоретической и практической деятельности.

Наблюдение – это последовательное и целенаправленное восприятие психических явлений с целью изучения их изменений при определённых обстоятельствах.

Надёжность – качество метода исследований, позволяющее получить одни и те же результаты при повторном или многократном его использовании.

Общение – сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, а также восприятие и понимание другого человека.

Объект исследования – то, на что направлен процесс познания (индивид, группа людей или психическое явление).

Опосредствование – в общем смысле слова: включённость всех психических актов в культурный контекст жизни и деятельности индивида; в более узком смысле состоит в том, что все психические акты взаимопосредуют друг друга, каждый испытывает на себе влияние других.

Подражание (имитация) – воспроизведение одним субъектом движений, действий, поведения другого субъекта.

Потребность – состояние нужды человека или животного в определенных условиях, которых им недостает для нормального существования и развития.

Прайминг – процесс, в ходе которого признаки ситуации включают память человека и тем самым активизируют какой-либо аспект Я-концепции.

Предмет исследования представляет собой свойства, стороны, отношения реальных объектов, рассматриваемые в определённых условиях.

Репрезентативность – качество метода исследований, которое характеризует способность выборки испытуемых быть представительной, т. е. достаточно точно отражать характеристики того контингента испытуемых, который обследуется.

Референтная группа – группа, к которой человек добровольно себя причисляет либо членом которой он хотел бы стать. Это групповой источник индивидуальных ценностей, суждений, поступков, норм и правил поведения.

Рефлексия – мыслительный процесс, направленный на анализ, понимание, осознание себя: собственных действий, поведения, опыта, характера и т. д.

Самооценка личности – оценка личностью самой себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей.

Самосознание – совокупность психических процессов, посредством которых индивид осознает себя в качестве субъекта деятельности.

Самоуважение – обобщённый уровень самооценки личности.

Социализация – это процесс и результат включения индивида в социальные отношения.

Социальная ингибиция – ухудшение результатов деятельности в присутствии других людей.

Социальная леность – феномен групповой жизнедеятельности, суть которого в следующем: люди прилагают меньше усилий в том случае, когда они объединяют свои анонимные усилия ради общей цели, нежели в случае индивидуальной ответственности, когда виден вклад каждого отдельно в общее дело.

Социальная фасилитация – повышение скорости или продуктивности деятельности индивида вследствие актуализации в его сознании образа другого человека (или группы людей), выступающего в качестве соперника или наблюдателя за действиями данного индивида.

Социальное движение – достаточно организованное единство людей, ставящее перед собой определённую цель, как правило, связанную с изменением социальной действительности.

Стереотип – некоторый устойчивый образ какого-либо явления или человека, которым пользуются как известным штампом («сокращением») при взаимодействии с этим явлением

Тезаурус – общая система значений, понимаемых всеми членами группы.

Тест – краткое стандартизированное испытание, которое поддаётся математической обработке данных.

Уровень притязаний – это желаемый уровень самооценки личности, проявляющийся в степени трудности цели, которую индивид ставит перед собой.

Установка психологическая (set) – это неосознаваемая личностью готовность определенным образом воспринять, осмыслить объект и действовать с ним в соответствии с прошлым опытом

Установка социальная (*attitude*) – предрасположенность (склонность) субъекта к совершению определённого социального поведения.

Феномен групповой поляризации (С. Московичи, М. Заваллони): обсуждение актуальных проблем в группе зачастую усиливает изначальные установки её членов, как положительные, так и отрицательные; происходит смещение средней тенденции к своему полюсу вместо раскола мнений внутри группы.

Феномен деиндивидуализации (Л. Фестингер): утрата самосознания и боязнь оценки, когда нормативное сдерживание значительно ослабевает.

Феномен огруппления мышления (И. Джанис): для группы интересы групповой гармонии часто важнее принятия реалистических решений.

Характер – совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающихся и проявляющихся в деятельности и общении, обусловливая типичные для нее способы поведения.

Ценностные ориентации – личностные образования, характеризующие отношение к целям жизнедеятельности, а также к средствам достижения этих целей.

Эмпатия – способность человека к сопереживанию и сочувствию другим людям, к пониманию их внутренних состояний.

Эмпирические методы – методы сбора информации, к ним относят наблюдение и самонаблюдение, эксперимент, методы опроса (беседа, интервью, анкетирование), психодиагностические методы (тесты), анализ продуктов деятельности, моделирование.

Экстраверсия – обращённость внимания и сознания человека в основном на то, что происходит вокруг него. Противоположна интроверсии.

Эксперимент – исследовательская деятельность в целях изучения причинно-следственных связей.

Этноцентризм – склонность воспринимать все жизненные явления с позиции своей этнической группы.

Я-зеркальное – представления индивида о том, что думают о нём другие, оно возникает на основе взаимодействия индивида с разнообразными первичными группами на основе получаемой обратной связи.

Я-идеальное – это представление о себе в соответствии с желаниями (каким я хотел(а) бы стать).

Я-концепция – это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с оценкой.

Я-реальное – система приписываемых себе в данный момент жизни качеств, свойств, характеристик.

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ
К ЭКЗАМЕНУ ПО СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

1. Место социальной психологии в системе наук, её предмет и задачи.
2. История формирования социально-психологических идей. Социальная психология в Беларуси.
3. Личность в социальной психологии. Социально-психологическая структура личности.
4. Самосознание и «Я-концепция личности». Самооценка и уровень притязаний.
5. Социальные роли личности. Ролевая теория личности и ее объяснительные возможности.
6. Социализация личности: понятие, содержание процесса социализации, стадии, институты, механизмы, направления.
7. Социальная установка. Взаимосвязь социальной установки и поведения.
8. Общение как коммуникативный процесс. Специфика обмена информацией в коммуникативном процессе. Коммуникативные барьеры и их преодоление.
9. Место взаимодействия в структуре общения. Теории, объясняющие взаимодействие. Типы и стили взаимодействия.
10. Понятия социальной и межличностной перцепции. Механизмы взаимопонимания в процессе общения. Каузальная атрибуция и эффекты межличностного восприятия.
11. Понятие аттракции. Факторы аттракции. Самоподача и её виды.
12. Понятие группы. Основные характеристики группы.
13. Статус и роль индивида в группе.
14. Классификация групп. Классификация малых групп. Понятие коллектива.
15. Возникновение и развитие малой группы. Механизмы групповой динамики.
16. Конформизм и влияние меньшинства, социальная фасилитация и социальная ингибиция.
17. Социальная леность, феномены деиндивидуализации, групповой поляризации, огруппления мышления.
18. Лидерство и руководство, социальная власть в малой группе. Теории лидерства.

19. Стили лидерства и их эффективность.

20. Процесс принятия группового решения. Методы принятия групповых решений.

21. Общественные и межличностные отношения: отличие. Межличностные отношения в малой группе и их виды.

22. Чувства и эмоции в процессе общения. Управление эмоциями и чувствами.

23. Понятие «большая социальная группа». Виды больших социальных групп и их специфические особенности. Уровни развития социальных групп.

24. Психические явления в больших социальных группах.

25. Психологические особенности массобразования. Психика массы и индивидуальная психика. Элита и масса.

26. Типы стихийных групп.

27. Механизмы массовой психологии.

28. Психология слухов и паники.

29. Практическое применение социальной психологии в различных сферах общественной практики.

30. Социальная психология в деятельности специалиста по социальным коммуникациям.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Алтунина И. Р. Социальная психология: учеб. для академ. бакалавриата; под ред. Р. С. Немова. – М.: Юрайт, 2017. – 427 с.
2. Андреева Г. М. Социальная психология: учеб. для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
3. Андреева Г. М. Психология социального познания: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 301 с.
4. Андреева И. Н. Социальная психология. – Новополоцк: ПГУ, 2009. – 220 с.
5. Аронсон Э. Общественное животное. Введение в социальную психологию. – М.: АСПЕКТ-Пресс, 2007. – 517 с.
6. Белинская Е. П., Тихомандрицкая О. А. Социальная психология личности: учеб. пособие для вузов. – М.: Академия, 2009. – 300 с.
7. Битянова М. Р. Социальная психология: учеб. пособие. – 2-е изд., доп. и перераб. – СПб.: Питер, 2010. – 368 с.
8. Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
9. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, 1997. – 344 с.
10. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000. – 448 с.
11. Изард К. Психология эмоций. – СПб.: Питер, 2008. – 504 с.
12. Коломинский Я. Л. Психология взаимоотношений в малых группах (Общие и возрастные особенности). – Минск: ТетраСистемс, 2001. – 432 с.
13. Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Психология малой группы: Теоретический и прикладной аспекты. – М.: МГУ, 1991. – 207 с.
14. Крысько В. Г. Социальная психология: учеб. для студентов вузов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 447 с.
15. Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностное общение: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.
16. Майерс, Д. Социальная психология: учеб. пособие. – СПб: Питер, 2020. – 800 с.
17. Меграбян А. Психодиагностика невербального поведения. – СПб.: Речь, 2001. – 256 с.
18. Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 336 с.

19. Московичи С. Век толп: исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 478 с.

20. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии; пер. с англ. – 4-е междунар. изд. – СПб.: Питер, 2000. – 522 с.

21. Почебут Л. Г. Социальная психология толпы. – СПб.: Речь, 2004. – 231 с.

22. Практикум по социальной психологии; под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2008. – 258 с.

23. Шихирев П. Н. Современная социальная психология: учеб. пособие для вузов. – М.: ИП РАН; Екатеринбург: КСП+: Деловая книга, 2000. – 448 с.

24. Сухов А. Н., Гераськина М. Г., Лафуткин А. М., Чечкова А. В. Социальная психология: учеб. пособие. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 615 с.

25. Социальная психология: Хрестоматия: учеб. пособие для студентов вузов; сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. – М: Аспект Пресс, 2003.– 475 с.

26. Фурманов И. А. Социальная психология агрессии и насилия. Профилактика и коррекция: учеб. пособие. – Минск: Издательский центр БГУ, 2016. – 401 с.

27. Хьюстон М., Штрёбе В. Введение в социальную психологию: Европейский подход: учеб.; пер. Г. Ю. Любимов. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 622 с.

28. Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся; пер. с англ. Е. Бугаевой, Е. Волкова, И. Волковой, О. Пузыревой. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2015. – 333 с.

29. Шевандрин Н. И. Социальная психология в образовании: учеб. пособие. – М.: Владос, 1995. – Ч. 1: Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. – 424 с.

30. Экман П. Психология эмоций; пер. с англ. В. Кузина. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2014. – 239 с.

31. Янчук В. А. Введение в современную социальную психологию: учеб. пособие для вузов. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Методические советы студенту

Как слушать и конспектировать лекцию

Лекция продолжает оставаться ведущей формой обучения студентов. Это теоретическая форма обучения, основной метод которой – последовательное устное изложение содержания науки. Для лекции характерны следующие особенности: большой объём учебного материала, фундаментальность, сложность логических построений, доказательств и обобщений. На лекционном занятии студенты получают установку и направление для самостоятельной работы.

Лекция отличается от других форм занятий следующими достоинствами:

– она является незаменимым источником систематизированных знаний по всем темам и разделам учебной дисциплины;

– преподаватель непосредственно общается со студентами, вовлекая их в творческий процесс коллективного поиска знаний;

– лектор акцентирует внимание на ключевых, сложных для понимания и дискуссионных вопросах; представляет новые факты и аргументы, отражающие достижения науки и общественной практики;

– студенты имеют возможность задавать преподавателю вопросы и получать на них квалифицированные ответы, выражать собственное мнение;

– наглядность, используемая в процессе чтения лекции, способствует углублению представлений студентов об основных понятиях изучаемой дисциплины.

Слушание лекции – это сложный вид интеллектуальной деятельности, успех которого обусловлен, во-первых, общим «умением слушать», во-вторых, стремлением воспринимать материал осмысленно, а не механически, умением выделить главное.

Лекции необходимо записывать. Как показывают исследования, студенты, не ведущие записи, через 10–15 дней воспроизводят только 4–5% лекционной информации. Их коллеги, аккуратно записывающие лекции и обладающие культурой их конспектирования, усваивают и сохраняют в своей памяти в течение продолжительного времени 92–95% информации.

Конспектирование лекции – это ответственная задача. Правильно составленный конспект отвечает следующим требованиям:

– точно отражает основные тезисы, идеи, факты, положения и выводы лектора;

– свидетельствует о критически-творческом восприятии студентом информации, суждений и доказательств лектора;

– лаконично раскрывает содержание раздела (темы) учебного курса, сущность психологических теорий и проблем, явлений и процессов;

– отличается грамотностью, убедительностью, аккуратностью записей, использованием общепринятых сокращений слов и терминов.

Конспектирование лекции нередко вызывает трудности у студентов: одни пытаются записывать всё дословно, другие пишут отрывочно, записи третьих хаотичны и непоследовательны. Чтобы избежать этих ошибок, необходимо придерживаться следующих правил:

1. После записи ориентирующих и направляющих внимание данных (тема, план лекции, рекомендованная литература) нужно следить за тем, как они раскрываются в содержании, подкрепляются формулировками, доказательствами, а затем и выводами.

2. Не следует подробно всё записывать. Необходимо фиксировать основные положения и подтверждающие их аргументы, наиболее яркие примеры и факты, вопросы для самостоятельной проработки.

3. Запись лекции лучше вести в сжатой форме, короткими и чёткими фразами. Полезно выработать свою систему сокращений, в которой можно было бы легко и безошибочно разобраться.

4. Следует стремиться к последовательности записи, выделяя темы и подтемы, вопросы и подвопросы, используя цифровую и буквенную нумерацию, красные строки, выделение абзацев, подчёркивание главного.

5. Рекомендуется оставлять в конспекте широкие поля для размышлений, вопросов, ответов на них, для фиксирования деталей темы и собственных замечаний.

Даже отлично записанная лекция предполагает в дальнейшем самостоятельную работу над ней (глубокое осмысление её содержания, логической структуры, выводов). В процессе самостоятельной работы над лекцией особенно важно выделить новый понятийный аппарат, уяснить суть новых понятий, при необходимости обратиться к словарям и другим источникам, заодно устранив неточности в записях.

Обобщению и систематизации материала лекции способствует составление на её основе *опорных схем (майнд-карт)*. Для этого необходимо выделить основные понятия лекции, проанализировать их структуру, характер взаимосвязи между понятиями и отразить это на схеме.

Лекции не дублируют информацию, представленную в УМК, они шире по охвату и позволяют более глубоко усвоить программный материал.

Как подготовиться к практическим (семинарским) занятиям

Цель семинарских занятий – синтез изученной студентами литературы, соотнесение её с материалом лекций, формирование умений анализировать и критически оценивать различные источники знаний, развитие творческих и поисково-исследовательских способностей студентов. Для обсуждения на семинарах выносятся узловые или наиболее сложные, спорные вопросы, знание и усвоение которых влияет на общую и профессиональную подготовку студентов, способствует развитию самостоятельного мышления.

Подготовленность к семинарам включает:

– изучение конспектов лекций, учебной и специальной литературы;

– ознакомление с наглядно-графическими материалами, решение тестовых задач;

– подготовку устных сообщений, составление тезисов для выступления;

– подготовку аргументации для участия в дискуссиях;

– подготовку к различным формам контроля знаний.

– подготовку к участию в деловых играх.

Качественное решение этих задач предполагает систематический и напряжённый умственный труд. Если студент им пренебрегает, то он не сможет достичь высоких результатов в учебно-познавательной деятельности, она не принесёт ему удовлетворения.

Эффективность семинарских занятий в определяющей степени зависит от желания и способностей студента самостоятельно постигать современные психологические знания. Ошибочно думать, что если в лекции «всё понятно», то к семинару можно не готовиться или вообще на нём не присутствовать. Семинары не дублируют лекционную информацию, они способствуют её углублению, самостоятельному и критическому осмыслению.

Развивающее значение семинара заключается в том, что участие студентов в деловых играх и социально-психологическом тренинге позволяет им формировать коммуникативные и деловые качества, необходимые

для современного эффективного руководителя. Чем активнее вы участвуете в этих формах деятельности, тем больше для себя приобретаете (знаний, умений, навыков). Психологические тесты, используемые в процессе проведения семинаров, позволяют студенту лучше узнать себя, получить информацию о своих личностных качествах для дальнейшего профессионального и духовного развития.

При подготовке к семинарским занятиям не следует ограничиваться только конспектом лекции. Мы живём во время конкуренции, и слово «быть» всё больше приобретает значение «превосходить». Высокие оценки на семинаре можно получить только при условии активного усвоения материала на основе использования творческого подхода.

В планах семинарских занятий представлена учебная и специальная литература, которая может быть полезна не только для активного и плодотворного участия в семинарах, но и для профессионального и карьерного роста в будущем.

Самообразование предполагает трудолюбие и систематичность. Следует разумно использовать своё время. Не откладывайте на завтра то, что можно сделать сегодня. Не ссылайтесь на отсутствие времени, праздники или неожиданные события. Подготовку к следующему семинару нужно начинать уже сегодня, тогда вы всё успеете.

Как подготовиться к дискуссии

Дискуссия (от лат. discussio – рассмотрение, исследование) – спор, обсуждение какого-либо вопроса; предполагает компетентность в обсуждаемых вопросах и соблюдение норм полемики.

Эффективность дискуссий снижают следующие недостатки:

– спор не по существу (непонимание некоторыми участниками рассматриваемых проблем, их неподготовленность к обсуждению);

– неуважение к оппонентам, нетерпимость к чужому мнению и неумение отстаивать собственные взгляды и убеждения;

– поверхностность суждений и предложений;

– неразвитость представлений об искусстве полемики.

К дискуссии нужно тщательно готовиться. Необходимо вникнуть в сущность основных идей и положений теории, осмыслить их, продумать аргументы «за» и «против». Полезно обратиться к литературе об искусстве дискуссии, имеющейся в библиотеке.

Как написать эссе

Эссе – это литературный жанр, в рамках которого автор в свободной форме излагает собственное мнение. Эссе для студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Пишется в свободной форме со ссылками на определенные научные источники. Заканчивается заключением (выводом), отражающим личное мнение автора по определенному вопросу. Общий объем эссе – не менее 3 и не более 5–6 страниц печатного текста.

Структура эссе включает:

- *введение* – изложение сути проблемы, обоснование интереса к ней; актуальность, практическая значимость;
- *основную часть* – рассуждения, доводы, аргументы, доказательства;
- *заключение* – ваш вывод по теме исследования;
- *список использованной литературы*.

Рекомендации по написанию эссе:

1) необходимо изучить материал, касающийся поставленного вопроса или выбранной проблемы;
2) по прочитанному материалу следует составить личное впечатление, собственное суждение на конкретную тему;
3) нужно подготовить аргументацию в защиту своей позиции;
4) в основной части необходимо последовательно, логично и с использованием аргументации и доказательств раскрыть заявленную тему со ссылками на использованную литературу, выразив собственное отношение к изучаемой проблеме.

Каждый из используемых в эссе литературных источников, в том числе и электронных, должен иметь соответствующую ссылку. Ссылки на литературу обычно делают в квадратных скобках. Например: [5, с. 25] или [3; 10; 15]. Первая цифра означает номер источника в списке использованной литературы, вторая – страницу, на которой изложена мысль, которую вы используете. Через точку с запятой указывают несколько источников;

5) в заключении (до 1 страницы текста) следует сделать выводы, подвести итоги всего размышления.

Эссе оценивается по следующим критериям:

- самостоятельность выполнения работы;
- творческий подход к осмыслению предложенной темы;

– способность аргументировать основные положения и выводы;

– обоснованность, доказательность и оригинальность постановки и решения проблемы;

– четкость и лаконичность изложения собственных мыслей;

– использование литературных источников и их грамотное оформление;

– соответствие работы формальным требованиям и жанру самостоятельной работы.

Эссе может стать основой для написания реферата по указанной проблематике.

Как подготовить реферат (устное сообщение)

Реферат (от лат. «докладываю, сообщаю») означает самостоятельное исследование и краткое изложение в письменной или устной форме содержания научной проблемы, статьи или монографии. Выбор темы и содержания реферата (сообщения) – показатель творческого потенциала автора.

При оценке выполненного студентом исследования преподаватель ориентируется на следующие критерии, выработанные педагогической практикой:

– уровень исследовательских навыков студента: качество плана сообщения, подбора литературы, систематизации и анализа фактов и идей; творческий характер авторских суждений, замечаний, выявленных им противоречий и недостатков;

– самостоятельность мышления студента: обоснованность, точность и полемичность оценок идей и основных положений теории;

– понимание автором значения теоретических изысканий для жизненной практики и выбранной профессии (как использовать полученные знания и умения на практике?);

– умение студента публично защищать, аргументировать собственные выводы, вести диалог с оппонентами, отвечать на вопросы аудитории.

Основные требования, предъявляемые к научному реферату (докладу), тезисам публичного выступления:

– актуальность темы исследования;

– критически-творческая интерпретация научных идей, фактов, положений и выводов, использованной литературы;

– самостоятельность и доказательность авторских суждений о научной проблеме.

Поиск литературы является составной частью работы над избранной темой. При подготовке выступления нужно использовать несколько источников, причём информация должна быть критически осмыслена студентом и тщательно им структурирована.

При подготовке и заслушивании реферата главными критериями его высокой оценки являются:

– *новизна материала* («что нового узнают из него ваши товарищи?»);

– *увлекательность* предлагаемых сведений («если интересно вам, значит будет интересно и слушателям»);

– *доступность* отобранной информации («если не понимаете вы, то не поймет и слушатель»);

– достойная *форма изложения* («не читать, а объяснять и рассказывать»).

Неподготовленное чтение студентом информации из ксерокопии источника или распечатки одного электронного документа из Интернета не расценивается как достойный положительной оценки реферат (доклад, сообщение).

Рефераты (доклады), представляемые на вузовские научные конференции и республиканские конкурсы, должны быть апробированы (т. е. заслушаны и оценены) на семинарских занятиях, на конференциях в учебных группах.

Как подготовиться к экзамену

Экзамен – это форма аттестации студентов, контроля качества усвоенных ими знаний, умений и навыков. Чтобы успешно сдать его, нужно заранее и тщательно к нему готовиться:

– уяснить требования к знаниям, умениям и навыкам, предъявляемые студенту государственным образовательным стандартом по психологии управления;

– выявить пробелы в знаниях, руководствуясь учебной программой;

– составить индивидуальный план-график подготовки;

– повторить все темы и разделы дисциплины, используя конспекты лекции, записи во время семинарских занятий, рекомендуемую литературу;

– систематизировать и конкретизировать знания, оценить их качество через призму контрольных вопросов к зачёту.

Если что-то непонятно, есть вопросы – консультируйтесь с преподавателем. Консультации можно использовать для углубления знаний, восполнения пробелов, однако без тщательного самостоятельного продумывания беседа с консультантом будет носить поверхностный характер и не даст нужного результата.

Придерживайтесь плана-графика подготовки. Разумно сочетайте напряжённую подготовку к аттестации с содержательным досугом. Дайте себе установку *выучить* материал, а не просто понять его и ознакомиться с ним. *Выделяйте главное, структурируйте информацию*, используя для этого план, схемы, опорные конспекты. Распределяйте повторение материала во времени.

В процессе повторения анализируются и систематизируются все знания, накопленные при изучении программного материала: данные учебника, записи лекций, конспекты прочитанных книг, заметки, сделанные во время консультаций и семинаров. Ни в коем случае нельзя ограничиваться только одним конспектом, а тем более – чужими записями. Записи и конспекты – вещи сугубо индивидуальные, понятные только автору. Готовясь по чужим записям, легко можно сделать очень грубые ошибки.

Получив задание, внимательно осмыслите сформулированные вопросы. У вас будет в наличии время, чтобы составить развёрнутый план ответа на вопросы. Однако нет необходимости (и времени) подробно записывать всё, что вы знаете по данному вопросу. Тщательно обдумайте то, что сообщите преподавателю.

Отвечайте спокойно, уверенно, не торопясь. Избегайте общих рассуждений и многословия (не «лейте воду»). Излагайте мысли лаконично и последовательно. Главная задача студента – *раскрыть суть вопросов, указанных в варианте задания.*

Не смущайтесь, если преподаватель задаёт дополнительные вопросы с учётом вашей творческой активности на семинарах, отношения к лекциям и другим формам учебного процесса. *С увеличением количества пропущенных занятий повышается возможность получить от преподавателя дополнительные вопросы.*

Рейтинговая система оценки знаний студентов

В соответствии с точным смыслом английского первоисточника под *рейтингом* понимается «накопленная оценка» или «оценка, учитывающая

предысторию». Значение термина «рейтинг» раскрывается в «Большом словаре иностранных слов» (М., Центрполиграф, 2001):

1. Индивидуальный числовой показатель квалификационной оценки достижений спортсмена в каком-либо виде спорта.
2. Индивидуальный показатель оценки текущей популярности какого-либо лица, организации, группы.

Несмотря на то, что данное определение ничего не говорит об использовании термина в педагогической практике, оно выделяет несколько важных аспектов понятия. Во-первых, рейтинг – *числовой показатель,* и, следовательно, для его получения требуется определённая математическая обработка. Во-вторых, рейтинг *определяет место в классификационном списке*, а значит, ранжирование неразрывно связано с процедурой определения рейтинга.

Важной особенностью рейтинга является достаточно высокая степень объективности метода. Чёткость и строгость, не оставляющая места для эмоций, предвзятости, снискали рейтингу как индивидуальному числовому показателю достижений человека заслуженную популярность в разных сферах его деятельности. Рейтинговая система может быть определена как особый тип проверки, при которой используются традиционные виды контроля (текущий, тематический, итоговый), традиционные его формы (проверка домашних заданий, коллоквиумы, тестирование, зачёты, экзамены, индивидуальные задания), традиционные способы (письменный устный, практический).

Отличительными свойствами рейтинговой системы являются следующие: непрерывный и тотальный характер проверки; проверка проводится по чётким правилам, заранее согласованным со студентами; по результатам проверки проводится ранжирование студентов путём присвоения каждому из них рейтинга; при определении рейтинга в большей степени, чем обычно, используются математические и статистические методы. По рейтинговой системе устанавливается четкая система учета выполненной каждым студентом работы. Этот учет должен вестись преподавателем и в любой момент может быть представлен студенту.

Мы будем использовать вид рейтинга, который называется *делительным*[66]. Он представляет собой творческое развитие идеи среднего балла. Преподаватель в ходе контроля выставляет оценки за разные виды работ

---

[66] Золотухин Ю. П., Кряквина И. Б. Рейтинговая система: конструирование и практика применения // Вышэйшая школа. – 2003. – № 6. – С. 13–15.

и, разделив их на общее количество оценок, получает итоговый рейтинговый балл. Такой балл привязан к обычной системе оценивания, дифференцирован и достаточно точно отражает уровень знаний. Поскольку заключительной операцией при подсчёте рейтингового балла в этом случае является деление, отсюда и название данной разновидности рейтинга.